First Edition—November, 1973

T.N.T.B.S. (C.P.) No. 524

PRICES AND MARKETS

ROBERT DORFMAN

Translation

R. CHINNADURAI

Price Rs. 7-50

This translation is published by arrangement with Prentice-Hall, Inc., Englewood Cliffs, New Jercey, U.S.A. through the Copy right Clearance Cell, Standing Commission for Scientific Technical Terminalogy, Government of India, New Delhi.

'Published by the Tamil Nadu Text Book Society under the Centrally Sponsored Scheme of Production of books and literature in regional languages at the University level, of the Government of India in the Ministry of Education and Social Welfare (Department of Culture), New Delhi.'

Printed by:
HALE ACHAGAM,
86A, Chellappa Mudali Street,
Madras - 12.

த. பா. நி. (க.வெ.) வரிசை எண்—524

விலைகளும் சந்தைகளும

ஆசிரியர்

ராபர்ட் டார்ஃப்மேன்

தமிழாக்கம்

ரா. சின்னதுரை, எம்.ஏ.,

துணைப்பேராசிரியர், பொருளாதாரத்துறை,

மாநிலக் கல்லூரி, சென்னை.



தமிழ்நாட்டுப் பாடநூல் நிறுவனம்

அணிந்துரை

திரு. இரா. நெடுஞ்செழியன்

(தமிழகக் கல்வி அமைச்சர்)

தமிழைக் கல்லூரிக் கல்வி மொழியாக ஆக்கிப் பதின்மூன் ண்டுகள் ஆகிவிட்டன. குறிப்பிட்ட சில கல்லூரிகளில் பி.ஏ. குப்பு மாணவர்கள் தங்கள் பாடங்கள் அனைத்தையும் தமிழி லயே கற்றுவந்தனர். 1968ஆம் ஆண்டின் தொடக்கத்தில் குமுக வகுப்பிலும் (P.U.C.), 1969ஆம் ஆண்டிலிருந்து பட்டப் டிப்பு வகுப்புகளிலும் அறிவியல் பாடங்களையும் தமிழிலேயே ற்பிக்க ஏற்பாடு செய்துள்ளோம். தமிழிலேயே கற்பிப்போம் என ன்வந்துள்ள கல்லூரி ஆசிரியர்களின் ஊக்கம், பிற பல துறை ளிலும் தொண்டு செய்வோர் இதற்கெனத் தந்த உழைப்பு, ங்கள் சிறப்புத் துறைகளில் நூல்கள் எழுதித் தர முன்வந்த ாலாசிரியர்கள் தொண்டுணர்ச்சி இவற்றின் காரணமாக இத் ட்டம் நம்மிடையே மகிழ்ச்சியும் மன நிறைவும் தரத்தக்க கையில் நடைபெற்றுவருகிறது. இவ் வகையில், கல்லூரிப் ராசிரியர்கள் கலை, அறிவியல் பாடங்களை மாணவர்க்குத் மிழிலேயே பயிற்றுவிப்பதற்குத் தேவையான பயிற்சியைப் பெறு தற்கு மதுரைப் பல்கலைக்கழகம் ஆண்டுதோறும் எடுத்துவரும் பருமுயற்சியைக் குறிப்பிட்டுச் சொல்லவேண்டும்.

பல துறைகளில் பணிபுரியும் பேராசிரியர்கள் எத்தனையோ நருக்கடிகளுக்கிடையே குறுகிய காலத்தில் அரிய முறையில் ால்கள் எழுதித் தந்துள்ளனர்.

வரலாறு, அரசியல், உளவியல், பொருளாதாரம், தத்துவம், வியியல், புவியமைப்பியல், மனையியல், கணிதம், இயற்பியல், வேதி யல், உயிரியல், வானியல், புள்ளியியல், விலங்கியல், தாவரவியல், பொறியியல் ஆகிய எல்லாத் துறைகளிலும் தனி நூல்கள், மொழி பெயர்ப்பு நூல்கள் என்ற இரு வகையிலும் தமிழ்நாட்டுப் பாடநூல் றுவனம் வெளியிட்டுவருகிறது.

இவற்றுள் ஒன்றான 'விலைகளும் சந்தைகளும்' என்ற இந் நூல் மிழ்நாட்டுப் பாடநூல் நிறுவனத்தின் 524 ஆவது வெளியீடாகும். ல்லூரித் தமிழ்க் குழுவின் சார்பில் வெளியான 35 நூல்களையும் சேர்த்து இதுவரை 559 நூல்கள் வெளிவந்துள்ளன. இந் நூல் மைய அரசு கல்வி, சமூக நல அமைச்சகத்தின் மாநில மொழியில் பல்கலைக்கழக நூல்கள் வெளியிடும் திட்டத்தின்கீழ் வெளியிடப் படுகிறது.

உழைப்பின் வாரா உறுதிகள் இல்லை. ஆதலின், உழைத்து வெற்றி காண்போம். தமிழைப் பயிலும் மாணவர்கள் உலக மாணவர்களிடையே சிறந்த இடம் பெற வேண்டும். அதுவே தமிழன்னையின் குறிக்கோளுமாகும். தமிழ்நாட்டுப் பல்கலைக் கழகங்களின் பல்வகை உதவிகளுக்கும் ஒத்துழைப்புக்கும் நம் மனம் கலந்த நன்றி உரித்தாகுக.

இரா. நெடுஞ்செழியன்

நவீனப் பொருளாதாரத் தொகுதியின் நிதியேற்பாட்டு நிறுவனம்

பொருளியல் அண்மைக்காலத்தில் மிகவும் விரைவாக வளர்ந்துள்ளது. அதன் நோக்கமும் ஆழமும் அதிகமாக வளர்ந்துள்ளது. அதன் அனுபவச் செல்வழியின் புதிய ஆதிக்கம், எந்த ஒரு நூலும் சரியாக விளக்க முடியாதபடி அதன் குணத்தை மாற்றியமைத்திருக்கிறது. இத்தேவையை நிரப்ப நவீனப் பொருளாதாரத் தொகுதியின் நிதியேற்பாட்டு நிறுவனம் அமைக்கப்பட்டுள்ளது. முதன்மையான தேர்ச்சி பெற்றவர்களால் எழுதப்பட்ட சுருக்க நூல்களின் தொகுதி ஒவ்வோர் எல்லையின் அமைப்பு, பொருள், முக்கிய அறிவியல் சார்பான கொள்கைப் பிரச்சினைகளையும் பிரதிபலிக்கிறது. இணைக்கப்பட்ட தொகுதிகள் அடிப்படை ஓர் ஆண்டுக் கல்லூரி வகுப்புகளுக்கான பொருளை அளிக்கிறது. பொருளாதாரத்தின் ஆய்வுரை மையப்பகுதி விலைகளும் சந்தைகளும், நாட்டு வருமான ஆய்வு என்பனவற்றில் கொடுக்கப்பட்டுள்ளது. அவை பல பொருத்தமான எல்லைக்கு அடிப்படையாக இருக்கின்றன. 'நவீனப் பொருளாதார அலர்தல்', 'பொருளாதார வளர்ச்சி: இறந்தகாலமும் நிகழ்காலமும்' என்ற இரு நூல்களின் தொகுப்பையும் நிபந்தனையின்றிக் கற்கலாம். அது பாடத்திற்கு ஓர் அறிமுகமாக இருக்கிறது.

நிறுவனத்தின் அணுகுதல் ஓர் அறிவுரையாளருக்கு வழக்கமான நூல்களைத் தொடர்வதைத் தவிர்த்து, அவரது முறையை வகுக்க உதவுகிறது. ஆய்வுரைத் தத்துவங்களை முற்றிலும் தன்வயப்படுத்தினால், பல பாடங்களின் வரிசைமுறைகளை ஒழுங்குபடுத்திக் குறிப்பிட்ட பரப்பை விரிவாகக் கண்டறியலாம். முழு ஆய்வுப் பாடத்தில் ஆர்வமற்ற ஒரு போதனையாளர் சில நூல்களை விடுத்து விரிவான ஒன்றில் கவனத்தைச் செலுத்தலாம். நுண்மை அல்லது பெரும் பொருளாதாரத்தில் ஒன்றான ஓர் அரையாண்டுப் பருவப்பயிற்சி வற்புறுத்தலைத் தயாராக ஏற்படுத்தலாம். தொகுதிக்கான போதனையாளர் வழிகாட்டி தொகுதியின் நூல்களைப் பல வழிகளில் பயன்படுத்தலாம் என்பதைச் சுட்டிக்காட்டுகிறது.

இத் தொகுதியின் நூல்கள் சில பாடங்களின் முழுபோதனையை அனுமதிக்கும் அடிப்படை நூல்களுக்குத் துணைப்பாடமாகவும் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. நடுத்தர அளவுப் பருவங்கள் மைய நூலாகத்

தொகுதியில் பயன்படக்கூடிய பருமன்கள் பல தலைப்புடன் வெளி வருகின்றன.

இத் தொகுதிகள் கற்பித்தலில் ஒரு சோதனையாகும். நேர் அளவைச் செயல் முதல் இரு பதிப்புகளுக்கு, அணுகுதலை விருத்தி செய்யவும் வளர்க்கவும் ஊக்கப்படுத்தியது. புதிய நூல்கள் சேர்க்கப் பட்டுள்ளன. முந்திய நூல்கள் மறு சீராய்வு செய்யப்பட்டு நவீனப் படுத்தப்பட்டுள்ளன. கடந்த காலத்தில் பயன்படுத்திய பல ஆசிரியர் களின் சிந்தனையான அறிவுரைகள் மூன்றாவது பதிப்பைத் தயாரிக்க உதவியது.

நூல்கள் நிரந்தரமான தீர்மானங்களை அளிக்காது. அவை ஒவ்வோர் எல்லையின் மையப் பிரச்சினைகளை அறிமுகப்படுத்திப் பொரு ளாதார ஆய்வை மிக நுட்பமாகச் சிந்திக்கவும், அவனை ஒரு சிந்தனை யாளனாக ஏற்படுத்தவும், அப் பாடத்தை மேலும் தொடர ஊக்கப் படுத்தவும் எப்படிப் பொருளாதார ஆய்வு உதவுகிறது என்பதைச் சுட்டிக் காட்டுகிறது.

Otto Eckstein
பதிப்பாசிரியர்.

பொருளடக்கம்

1. பொருளாதாரத்தின் பணி

நமது பொருளாதாரம் தனியாரால் கட்டுப்படுத்தப்படுவதாகும். பெரும்பாலான தீர்மானங்கள் தனியார் நன்மைக்காகத் தனி மனிதர்களால் உண்டாக்கப்படுகின்றன. தங்கள் வருமானத்தின்மூலம் என்ன வாங்கவேண்டும் என்று முடிவு செய்யும் நுகர்வோர்களாலும், என்ன வேலைகளை எடுத்துக்கொள்ளவேண்டும் என்று முடிவு செய்யும் தொழிலாளர்களாலும், என்று - எப்படி உற்பத்தி செய்ய வேண்டும் என்று முடிவுசெய்யும் வணிகர்களாலும் அவை தீர்மானிக்கப்படுகின்றன. இந்த நூல் இத் தீர்மானங்களைப்பற்றியே கவனம் செலுத்துகிறது. எப்படி அவை ஏற்படுத்தப்படுகின்றன; நாள்தோறும் உண்டாக்கப்படும் கோடிக்கணக்கான (Billions) தீர்மானங்கள் எவ்வாறு ஒருங்கிணைந்து முழுப் பொருளாதாரம் செயல்பட ஏதுவாகின்றன என்பதைப்பற்றியதாகும். ஏனென்றால், மிகப் பெரியனவும், அல்லது சிறியனவுமான இத் தீர்மானங்கள் விளைவுகளைப்பற்றி நினைத்துப் பாராமல் எடுக்கப்படுகின்றன.

சுயேச்சையாகவும் பொறுப்பற்ற கோடிக்கணக்கான முடிவுகளால் கட்டுப்படுத்தப்படுகின்ற ஒரு பொருளாதாரம் செயல்பட அனுமதித்தது வியக்கத்தக்கதாகும். அப்படி அனுமதிக்கப்பட்ட கோட்பாட்டின்மேல் நீங்கள் ஒரு ரயில் பாதையைச் செலுத்த முடியாது. எவ்வளவு பாத அணிகள் அல்லது கப்பல்கள் அல்லது முத்திரைக் குச்சிகள் உற்பத்தி செய்யவேண்டும் என்று தீர்மானிக்கும் நிலையில் எவரும் இல்லை. அப்படி இருந்தும், ஒரு குறிப்பிட்ட அளவு உற்பத்தி செய்யப்படுகிறது. அவை உண்மையான அளவா? அஃது ஒரு கடினமான வினாவாகும். ஆனால், அவை, அவ்வளவு அவலமான (Dissastrous) தூரத்தில் இல்லையென்பதாகும். இப்பொருளாதாரம் செயல்படுகிறது; மேலும், அங்குள்ள பெருவாரியாகப் பங்கு பெறுவோரின் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்தும் செயல்படுகிறது. அஃது எவ்வாறு நிகழ்கிறது என்பதில் நமது பெரும்பாலான கவனம் செலுத்தப்படுகிறது.

ஆனால், இப் பொருளாதார அமைப்பு, சில இயல்பான வரையறைகளைக் கொண்டுள்ளது என்பதைப் பற்றியும் நாம் பார்க்க வேண்டும். பணக்காரர்களை மேலும் பணக்காரர்களாக்கி, ஏழைகளின் எண்ணிக்கையை அதிகரிக்கிறதா என்பது போன்ற சில நியாயமான வினாக்கள் எழுகின்றன. நயத்தைக் கெடுத்துப் பருப் பொருள்களைப் பெருக்க உதவுகிறதா? அதிகமான இலவச வசதிகளும், வசதியளிக்கும் இயந்திர நுணுக்கப் பகுதிகளும், நமது இயல்பான பரம்பரை உடைமையை விரயம் செய்கின்றனவா?

இவ்வினா நிச்சயமான பதில்கூற முடியாமல் திகைக்க வைக்கின்றது என்பதையும் நாம் பார்க்கலாம். அவற்றைச் சரியாக நிலையாக்கவும், காரணங்களையும் விளைவுகளையும் அளந்து ஒரு பொருளாதாரம் எம்முறையில் செயல்படுகிறது என்பதையும் அறிய வேண்டுவதோடு, சமூக அறநெறி முறைகள் எதை எதிர்பார்க்கின்றன என்பதைப்பற்றியும் அறியவேண்டும்.

சுருங்கக்கூறின், தனியார் தீர்மானத்தின் அடிப்படையில் ஒரு பொருளாதாரம் எவ்வாறு செயல்படுகிறது என்பதை அறிவதே நமது முக்கியப் பணியாகும். நமது அறிவைச் செலுத்தவும் அதிலிருந்து என்ன எதிர்பார்க்கவேண்டும் என்பதை அறியவும் சிறப்புச் செயல்களை உருவாக்கி விருத்திசெய்ய உதவ இந்த நிலையான முடிவுகள் உதவுகின்றன.

ஒருசில பெரிய வினாக்கள்

ஏவுகணை (Missile) பாதுகாப்பிற்கு எவ்வளவு செலவிட வேண்டும்? வேலையற்ற இளைஞர்களின் பணிப் பயிற்சிக்கு எவ்வளவு? ஓர் ஒலி விரைவுகடந்த போக்குவரத்து விமானம் (Supersonic transport plane) உற்பத்தி செய்ய எவ்வளவு? மருத்துவ ஆராய்ச்சிக்கு எவ்வளவு? இவை யாவும் எவராலும் ஒரு முடிவான பதில் கூறமுடியாத பல கடினமான வினாக்களேயாகும். இவை, அமெரிக்கச் சட்டமன்ற விவாதத்திற்கும் அரசியல் போராட்டத்திற்கும் உரிய மூலப் பொருள்களாகும்.

பாத அணிகளுக்காக எவ்வளவு செலவிடவேண்டும்? தொலைக் காட்சி (Television) நிகழ்ச்சிகளுக்கு எவ்வளவு? மோட்டார் வண்டிகள், மனைகள், வெண்சுருட்டுகள் எண்ணெய்க் கிணறுகள் முதலியனவற்றுக்கு எவ்வளவு? இவை போன்ற வினாக்கள் மிக முக்கியமாக இருந்தாலும், நாம் அவற்றை அதிகமாக விவாதிப்பதில்லை. பெரும்பாலும் தங்கள் வருமானத்தை எப்படிச் செலவிடவேண்டும்

என்பது, பல லட்சக்கணக்கான (millions) தனிப்பட்ட நுகர்வோர் களாலும், அதிக லாபம் தரக்கூடிய பொருள்களைக் கண்டு அறிந்து உற்பத்தி செய்து விற்கும் ஆயிரக்கணக்கான வணிகர்களாலும் ஆய்ந்து முடிவு செய்ய விடப்படுகின்றது. இதுதான் ஆட்சி உரிமை பன்முகப்படுத்தும் தீர்மானமாகும். அப்படிப்பட்ட தீர்மானங்களை ஏற்படுத்துவது மிகவும் சுலபமான வழியாகும். இம் முடிவுகள் உண்மையில் திருப்திகரமானவையாக இருந்தாலும், எளிய மறுப்புக் கிடமானவையாக இருந்தாலும், அவற்றை நாம் விரும்புகிறோம்.

நாம் எவ்வளவு கோதுமை உற்பத்தி செய்கிறோம்? முதியோர் மருத்துவக் கண்காணிப்புக்கு எவ்வளவு செலவிடுகிறோம்? நமது நகரங்களைப் புதுப்பிக்க எவ்வளவு? இவை போன்ற தீர்மானங்கள் கூட்டு வழியில் நிகழ்ந்த இணைப்பால் ஏற்படுகின்றன. இவ் விவரங்கள் பல லட்சக்கணக்கான தனிப்பட்ட தனியாரிடம் விட்டு விடப்படுகின்றன. அப்படி இருந்தாலும், அரசாங்கம் அத் தீர்மானங் களை வரிகள்மூலமாகவும், உதவித்தொகையாலும் இதர வழிகளாலும் மாற்றம் உண்டு பண்ண முயற்சிக்கிறது.

இத் தீர்மானங்கள் எல்லாம் பொருளாதாரப் பிரச்சனை சம்பந்தப் பட்டனவாய் உள்ளன; அல்லது பொருளாதார நோக்கங்களைக் கொண்டுள்ளன. அஃதாவது, நமது சமூகம் எப்பொருள்களை உற்பத்தி செய்யவேண்டும்; எப்படி உற்பத்தி செய்யவேண்டும்; யார் அவற்றை நுகரவேண்டும் என்பனவற்றை இத் தீர்மானங்கள் கருதுகின்றன. உபயோகிக்கும் பொருள்களை (அல்லது விரும்பத்தக்க பொருள்களை) ஒவ்வொரு நாளும் உற்பத்தி செய்து பகிர்வதில் கவனம் செலுத்த வேண்டு மென்பதாகும், அதன் விளைவுகள் பருப்பொருள்களை உற்பத்தி செய்வதற்கும் உபயோகப் பணிகளை உருவாக்குவதற்கும் அப்பாற்பட்டதாகும், அத் தீர்மானங்கள், நமது சமுதாயத்தின் முழு மணத்தை, எவ்வகையான மக்கள் என்பதைக் குறிப்பதாகவும் உள்ளன. காரல் மார்க்ஸ் (Karl Marx), அவரது உலோகாயத எண்ணமுடைய வரலாற்றில் (Materialist conception of history) ஒரு சமூகத்தில் உபயோகிக்கும் உற்பத்தி முறைகளை இன அமைப்பை யும் வரலாற்றின் வரம்பையும் தீர்மானிக்கின்றன என்று வற்புறுத்து கின்றார்.

தோர்ஸ்டீன் வெப்லன் (Thorstein Veblen) என்பவர், கிராமச் சூழ்நிலையில் அமைந்த வாழ்க்கைக்கு மாறுபட்ட உயர்ந்த நயங்களையும் மதிப்பையும் தொழில் சமுதாயம் உருவாக்குகிறது என்று சுட்டிக் காட்டுகின்றார். கணக்கற்ற மனித இன நூலார், வாணிப ஆதிக்கமும் போட்டியுமுள்ள பொருளாதாரம் வியக்கத்தக்க போட்டி

மனப்பான்மையுள்ள மனிதர்களை உருவாக்குகிறது என்று எடுத்துரைக்கின்றனர். உயர்ந்த தொழில்மயமான பொருளாதாரம், விளம்பரத்தின் மூலமும் விற்பனை முயற்சியின் மூலமும் நமக்கு ருசியை உருவாக்குகின்றன என்று கென்னத் கேல்பிரத்தும் (Kenneth Galbraith) மற்றவர்களும் வற்புறுத்துகின்றார்கள். இத்தகைய எல்லாச் சச்சரவுகளும் உயிருள்ள வெளிப்போக்காகவும் ஆழ்ந்த உள்கருத்துடையனவாகவும் இருக்கின்றன.

மேலோட்டமான அளவில் கருதினால் பல இலட்சக்கணக்கான தனிப்பட்ட தீர்மானங்களின் வாயிலாக மோட்டார் சாதனம் நமது சிறப்பு வாய்ந்த உள் நாட்டுப் போக்குவரத்தாக இருக்கிறது. ஓர் ஆண்டிற்கு 10,000,000 என்பது-அதன் விளைவைப்பற்றி எவரும் எண்ணவில்லை. ஆனால், லட்சக்கணக்கான மக்களின் விருப்பப்படி எப்போதும் எங்கும் இவ் வண்டிகளை ஓட்ட அனுமதிப்பதற்குமேல் வினாவுகள் நீண்டு கொண்டிருக்கிறது (நெருக்கமற்ற நெடுஞ்சாலை அவர்களுக்குக் கிட்டுமானால்). ஏழைகளின் சமூகப் பிரச்சனைகளை அவ்வாறே விட்டுவிட்டுப் பணக்கார நடுத்தர வகுப்பினர், இன்பகரமான நகர்ப் புறங்களுக்குக் குடியேற மோட்டார் சாதனங்கள் நமது நகரங்களின் குணாதிசயங்களை மாற்றியுள்ளது. அது தீர்க்க முடியாத காற்றுத் தீட்டுப் (Air Pollution) பிரச்சனையை உண்டாக்கியுள்ளது. ஆண்டுக்கு 50,000 விபத்துகள் ஒரு புறமிருக்க, இவை யாவும் அமைதியாக மறைமுகமாய்ச் செயல்படும் பொருளாதாரத்தின் முறையால்தான் நிகழ்கின்றன.

வெண்சுருட்டுகளைப்பற்றியும் கருது. எவ்வளவு உற்பத்தி செய்ய வேண்டும்; எவ்வளவு புகைக்க வேண்டும் என்று தீர்மானிப்பதை, லாபத்தைத் தேடி அலையும் வணிகர்களிடமே நாம் விட்டு விடுவதா? பத்திரிகைகளில் புகையிலை விளம்பரத்தை ஆதரிப்பதை நீடிப்பதா? அவற்றைத் தொலைக் காட்சியில் அனுமதிப்பதா? மேல் நோக்காக நிறுவனத்திலும் தொழிற்சாலையிலும் அன்றாடப் பணியிலிருந்தும் அகற்றி, இங்கும் பொருளாதார வாழ்க்கை முறையைத் தாக்குகிறது. சில சிறிய, பெரிய பொருளாதாரக் கொள்கைகளின் பல வினாக்களை மேலே எழுப்பியுள்ளோம். மேலும் அவற்றின் பாதிப்புகளையும் குறிப்பிட்டுள்ளோம். ஒவ்வொரு நாளும் இது போன்ற வினாக்களுக்குப் பதில் அளிக்க வேண்டியுள்ளது. அவற்றுக்குப் பல வழிகளிலும் பதிலுரைக்கப்படுகிறது. சில தனியார் முடிவுக்கு விடப்படுகின்றன; சிலவற்றை அரசியல் முடிவு செய்கிறது. சில பொது - தனியார் முடிவுகளின் கலப்பால் தீர்மானிக்கப் படுகின்றன. தனியாரால் முடிவெடுக்கப்படும்போதும், மோட்டார் சாதனங்களில் பாதுகாப்பு முறைகள் தேவைப்படும்போதும், அல்லது நில உபயோகக் கட்டுப்

பாட்டை மண்டலச் சட்ட முறைப்படுத்தும்போதும் நாம் அரசியல் மூலமாக அடிக்கடி கட்டுப்பாட்டைப் புகுத்துகிறோம். இம் முடிவு களில் எதை எந்த முறையில் விடவேண்டும் என்பதே அடிப்படைச் சமூக முடிவாகும்.

எல்லா நவீனப் பொருளாதாரமும் மையமாக்கப் பட்டனவும் (அஃதாவது அரசியல்) பரவல்படுத்தப்பட்டனவுமான (அஃதாவது தனியார்) இரண்டு முடிவுகளையும் உபயோகிக்கிறது. ஒவ்வொரு படிவத்திற்கும் ஒதுக்கப்பட்ட அளவு மாறுகிறது. ஆனால், முடிவெடுக் கப்படுவதில் தனியார்ப் பங்கு அதிகமாய் உள்ளது. இல்லாவிட்டால் விபரங்களால் அரசாங்க அமைப்புகள் வெள்ளக்காடாக்கப்படும். தனி முடிவுகள் செய்பவர்கள் எவ்வாறு ஆதரவு அளிக்கின்றனர் என்பதைச் சார்ந்தது அரசாங்க முடிவுகள். இப்படியாக, யார் இந்தக் குறிப்பிட்ட முடிவை உண்டாக்குகின்றனர் என்பதையும், என்ன கட்டுப்பாடுகள் விதிக்கின்றனர் என்பதையும் எப்படித் தீர்மானங்கள் எடுக்கப்படுகின்றனவென்றும், அவை முழுப் பொரு ளாதாரம் இயங்க எவ்வாறு கவருகின்றன என்பதைப் புரிந்துகொள்ள வும் முடிகிறது.

அரசியல் தீர்மானங்களின் குறைநிறைகளையும் நிச்சயமாக அறிய வேண்டும். நாம் இந்த நிலையை அடையும்போது பொருளா தாரத்தில் இவ்விரு பெரிய முடிவின் அமைப்புகளின் நியாய மான பங்குகளை மதிப்பிடும் நிலையில் இருப்போம். இந் நூலின் முதற் பணி, தனியார் தீர்மானிக்கும் செயலையும் அதனால் அம் முடிவுகள் எந்த நோக்கில் பொருளாதாரக் கோணத்தில் செல்லுகின்றன என்பதையும் விவரிப்பதேயாகும். சிறப்பாக 8ஆம் அதிகாரத்தில் அரசியல் தீர்மானத்தின் செயற் காலத்தில் நமது கவனம் செலுத்தப் படவேண்டும். ஆனால், செயல் முறைப் பகுதியாகவே இருக்கும்.

ஒரு குறிப்பிட்ட நிறுவனச் சந்தர்ப்பத்தில் எவ்வழியில் சில முக்கியமான சமுதாயத் தீர்மானங்கள் கொள்ளப்படுகின்றன என்ப தைத் தெளிவாகக் கருதுவதே இந்த நூலின் நோக்கமாகும். ஆனால், இதைவிட ஆழமும் அதிக உள்பார்வையும் செலுத்தக்கூடிய மற்று மொரு பணி இருக்கிறது. வாழ்க்கைக்கு வேண்டிய நல்ல பொருள்கள் சுலபமாகவும் நயமாகவும் இருக்கும் என்பது உண்மைக்கு அப்பாற் பட்டதொன்றாகும். மேலும், நெருக்கடியான சித்திரவதையான தீர்மானங்களில் தனி, பொது வாழ்க்கைக்கு எதை எடுத்துக்கொள்வது; எதை விட்டு விலகுவது என்பதைப்பற்றியும் கவனம் செலுத்துகிறது. சில சமயங்களில் மறக்கக் கூடியதைத் தவிர, சொல்வதற்குத் தகுதி யற்ற எல்லாக் காலத்திற்கும் உரியனவும் நிச்சயமான உண்மை யாகவும் உள்ளது.

பல ஆண்டுகளாகத் தன்னம்பிக்கையோடு மற்றவர்களைக் காட்டிலும் பொருளியல் வல்லுநர்கள் வாழ்க்கையின் இன்பமற்ற உண்மையோடு எதிர்த்துப் போராடி இருக்கின்றனர். 'என்ன விலை பெறும்' என்ற விரும்பத்தக்க கருத்தைக் கேட்கும் குணத்தை அவர்கள் வளர்த்துள்ளார்கள். அவர்கள் அப்படிக் கேட்கும்போது, அது டாலர் (Dollar) அல்லது சென்டில் (Cents) என்ன விலையாகிறது என்பதைக் குறிக்க வில்லை (விலையை அளக்கும் வசதியான கருவியாகப் பணம் இருந்தாலும்). ஆனால், தள்ளப்படுகின்ற அல்லது குறுக்கிடுகின்ற மற்ற விரும்பத்தக்க கருத்துகளின் விலையைப் பற்றியதாகும். அப்படிப் பட்ட கேள்விகளுக்கு நுணுக்கமான பதில் கொடுக்கக்கூடிய ஒரு கலையை அவர்கள் வளர்த்துள்ளார்கள். இந்த நூல் முழுவதும், சில வேளைகளில் முன்-நிலையிலும் கேள்வியையும் அதற்குப்பதில் கூறும் கலையையும் உடையதாய் உள்ளது.

சுருக்கமாக அதன் அடிப்படைப் பொருள் விளக்கத்தில் பொரு ளியல் பகுத்தறிவு தேர்வு செய்யும் கோட்பாடாக உள்ளது. வாணிப மற்ற அல்லது பணப் பிரச்சனையற்ற பல பிரச்சனைகளுக்குப் பொருளியல் கருத்தை இலாபகரமாகச் செயல்படுத்தலாம். மற்றொரு கருத்தை ஒதுக்குவதற்குக் கடுமுயற்சி செய்யும்போது அது செயல் படுகிறது.

ஒரு பொருளாதாரத்தின் அடிப்படை மூலப்பொருள்கள்

ஒரு பொருளாதாரம் எவ்வாறு செயல்படுகிறது என்பதை அறிய, அதன் முக்கியப் பகுதிகளான தொழில் நிறுவனம், குடும்ப அமைப்பு கள், அரசு முதலியவற்றை அறிய முற்படுகிறோம். தொழில், நிலம், கச்சாப் பொருள்கள் முதலியனவற்றை வாடகைக்குப் பெற்றும் வாங்கியும் அவற்றை உபயோகித்து இதர நிறுவனங்களும் குடும்பங் களும் விரும்பக்கூடிய பல வகையான பொருள்களை உற்பத்தி செய்யும் அமைப்பே தொழிற்கூடமாகும்.

நிறுவனங்கள் உபயோகிக்கும் பொருள்கள், வளம் என்றும், கச்சாப் பொருள்கள் என்றும் உள்பொருள்கள் (inputs) என்றும் சில சமயம் கூறப்படுகின்றன. உற்பத்திப் பொருள்கள் பார்க்கக் கூடிய பொருள்கள் என்றும் (உதாரணம்: புத்தகம், அச்சு இயந்திரம்), பார்க்க முடியாத பணிகள் (உதாரணம்: மருத்துவர் சேவை, தொலைக் காட்சி, பழுது பார்த்தல், கல்லூரிக் கல்வி) என்றும் பகுக்கப்படு கின்றன. ஒவ்வொரு நிறுவனமும் என்ன பொருள்களை உற்பத்தி செய்யவேண்டும்; என்ன வளம் உபயோகிக்க வேண்டும்; எம் முறையில் பல நடவடிக்கைகளையும் செயல்படுத்த வேண்டும் என்றும்

தீர்மானிக்கிறது. நிறுவனங்கள் அவ்வாறு தீர்மானிப்பதற்கும் வழி காட்டியாகவுள்ள நோக்கங்கள், நாம் காண்பது போல் அவ்வளவு சுலபமானவையல்ல. ஆனல், அவையாவும் உற்பத்திச் செலவை மிஞ்சும் வகையில் பொருள்களை விற்பதன்மூலம் கிடைக்கும் மொத்த வருமானமாய் இருக்கவேண்டும் என்னும் நோக்கமே சுழன்று கொண்டிருக்கிறது. குறிப்பாக 3, 4, 6ஆம் அதிகாரங்களில் நிறுவனங்களின் நடத்தையைப்பற்றி நாம் விவரமாக விவாதிக்கலாம்,

பணியையும் இதர வளங்களையும் தொழில் நிறுவனங்களுக்கு அளித்துக் கிடைத்த வருமானத்தில் விரும்பிய பொருள்களை வாங்கியும் பணத்தைச் சேமித்தும் பொருளாதாரத்தில் குடும்பங்கள் பங்கு பெறுகின்றன. நிறுவனத்திலிருந்து மாறுபட்டாலும், குடும்பங்கள் செலவுக்குமேல் வரவை எதிர்பார்ப்பதில்லை யென்ருலும், அவர்களுடைய முடிவுகளில் அது முக்கியமாகக் கருதப்படுகிறது எனலாம்.

பணியின் பயனாகவும் வாங்குவதன் மூலமும், முயன்று அடையும் ஒரு வகை வாழ்க்கையே அவர்களின் முதன்மையான அக்கறையாகும். 5ஆம் அதிகாரத்தில் பொருளாதாரம் செயல்பட முக்கியத் துணையாக இருக்கும் குடும்ப நடத்தை முறைகளைப்பற்றி விவாதிப்போம். குடும்பங்கள் சில சமயம் நுகர்வோர்கள் எனப்படுகின்றன. நுகர்வோர்கள் விரும்பும் பொருள்களை அளிப்பதே பொருளாதாரத்தின் முக்கியச் சமூக நோக்கமாகும்.

ஒவ்வொரு பொருளாதாரமும் நிறுவனங்கள், குடும்பங்களுடன் அரசையும் அடக்கியுள்ளது. ஓர் அரசு, அதன் பொருளாதாரத்தை இரண்டு வழிகளில் பாதிக்கிறது. சொல்லப்போனல் பொருளாதாரத்தில் பெரும் வாணிபம் செய்யும் ஒன்ருகவும், பெரியதொரு பங்குதாரியாகவும் விளங்குகிறது. கூட்டரசு, மாநில அரசு, உள் ஆட்சி முதலிய அமெரிக்கப் பல்வேறு அலுவலகங்களில் சுமார் ஐந்தில் ஒரு பங்குத் தொழிலாளர்கள் பணியாற்றுகின்றனர். இந்த அரசு அலகுகள் (Units), தேசியப் பாதுகாப்புப் பொருள்கள், கல்விக்கு வேண்டிய எல்லா வகைப்பொருள்கள் நீதி நிர்வாகப்பொருள், கழிவு அப்புறப்படுத்திகளும், அதற்கு மேலும் வேண்டிய பொருள்களையும் உற்பத்தி செய்கின்றன.

அதோடு பொருளாதாரத்தின் எல்லா முறைகளையும் பலப்படுத்திக் கட்டுப்படுத்தும் பணியையும் அரசாங்கம் மேற்கொள்கிறது தனியார் முடிவுகளுக்கும் வரையறை விதிக்கிறது. உதாரணமாக, மோட்டார் வண்டிகள், வீடுகள் இவற்றை உள்ளடக்கப் பாதுகாப்பு முறைகளைக் குறிக்கிறது. குறைந்த கூலியை நிச்சயித்துப் பணியின்

இதர நிலைமைகளையும் ஒழுங்குபடுத்துகிறது. பொதுப் பயன்களையும் (Public tilities) போக்குவரத்துக் கம்பெனிகளையும் ஆழ்ந்து மேற்பார்வை யிடுகிறது. மேலும் அவற்றின் பெரிய முடிவுகளை மறு சீராய்வு செய்கிறது. மருத்துவர், வழக்கறிஞர், வீட்டுமனை பதிலாள் மற்றும் இதரக் கணக்கற்ற வாழ்க்கைத் தொழில் கூட்டத்தின் (Professional groups) தகுதியைக் குறிப்பிடுகிறது. பாதுகாப்பு, சுகாதார மருந்து வகைகள், உணவுகள், உணவு விடுதிகள் முதலிய வற்றை மேற்பார்வை யிடுகிறது. இப் பகுதிகளிலுள்ள தொழில் நிறுவனங்கள், குடும்பங்களின் ஒழுங்கற்ற முடிவுகள் ஒரு சில காரணத்தால் திருப்தியற்றவை என்று கண்டறியப்படுகின்றதனால் இப் பணிகளும் மேற்கொள்ளப்படுகின்றன.

மேலும் அரசுகள், அவற்றின் பொருளாதார நலத்தையும் ஊக்கத்தையும் சுறுசுறுப்பாக உயர்த்துகிறது. பல்வேறுபட்ட தொழில்களின் வளர்ச்சியையும் வளமையையும் கணக்கற்ற வரிகள், காப்பு வரிகள், உதவித் தொகைகள் முதலியவற்றாலும் கவர்ந்திழுக்கிறது. தொழில் களுக்காக ஆராய்ச்சிகள் நடத்திச் செய்திகளைப் பகிர்ந்து அளிக் கிறார்கள். அரசு, தங்கள் பொருளாதார வங்கியையும் பணமுறை களையும் துரிதமாக ஒழுங்குபடுத்துவதில் கவனம் செலுத்துகிறது.

இம்முறைகளில் பாதுகாப்பையும் நம்பிக்கையையும் ஏற்படுத்தவே சாதாரணமாக இவை செய்யப்படுகின்றன. இருந்தாலும், அரசின் கவனம் பணத்தைப்பற்றியும் வங்கியைப்பற்றியும் இருப்பதற்குக் காரணம், பணஅளிப்பும் கடன் நிலைமையும் முழுப் பொருளாதாரத்தின் செயல் காட்சியை ஆழ்ந்து கவர்வதால் ஆகும். நமது பொருளாதாரம் முதற்கண் தனியார்ப் பொருளாதாரமாக இருந்தாலும் அரசு ஒரு முக்கியப் பங்கைப் பெறுகிறது.

இந்த எல்லா ஒழுங்கு, மேற்பார்வை, உயர்ந்த நடவடிக்கை களெல்லாம் அரசுப் பொருளாதாரக் கொள்கையின் சிறப்பு அம்சங் களாகும். பொருளாதாரக் கொள்கையின் அமைப்புப் பொருளா தாரத்தின் ஆரம்ப நடப்புச் செயலாக இருக்கிறது. இவ் வினைவுகள், நிறுவனங் களும் குடும்பங்களும் எம் முறையில் பல்வேறு ஊக்கிகள், உற்சாக மிழப்பு முதலியவற்றிற்கு ஆதரவளிக்கின்றன என்பதைப் பொறுத்துள்ளது. என்பதையும் மேற்காட்டப்பட்ட பட்டியல்மூலம் உங்களால் ஊகிக்கக்கூடிய எந்த முறையையும் அரசு எவ்வாறு கட்டுப்படுத்துகிறது என்பதையும் நீங்கள் மேற்பார்வை யிட்டால் அறிந்துகொள்வீர்கள். ஆகையால், தனியார் நிறுவனங்கள், குடும்பங் களின் எதிர்வினைவுகளை அறிந்து பொருளாதாரக் கொள்கையை உருவாக்கவேண்டும். இக் காரணத்தால்தான் நமது எண்ணத்தைப்

பொருளாதாரத்திலும் நிறுவனங்களின் மேலும் குடும்பங்களின் மேலும் செலுத்துகிறோம். அவர்கள் என்ன நினைக்கிறார்கள்; எதை எதிர்பார்க்கிறார்கள் என்பதை நாம் அறிய முடிந்தால், அரசின் பல கொள்கை முறைகளின் முடிவுகளைப்பற்றி எடுத்துக் கூறமுடியும்.

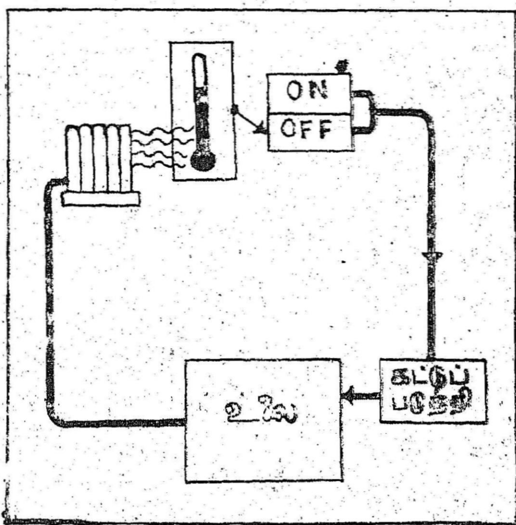
இறுதியாக, நிறுவனங்கள், குடும்பங்கள், அரசு அலகுகள் அல்லாத ஒரு சில அமைப்புகளையும் ஒரு பொருளாதாரம் உள்ளடக்கியுள்ளது. இவற்றுள் நிதியேற்பாட்டு நிறுவனங்கள் (Foundations), கிறித்துவத் திருக்கோயில்கள், கல்வி நிலயங்கள் முதலிய லாப மற்ற அமைப்புகள் முக்கியமானவையாகும். மொத்தப் பொருளாதார முயற்சியில் (Economic efforts) அல்லது உற்பத்தியில் ஒரு குறிப்பிடத்தக்க கணக்கற்ற பகுதியாகையால் (அமெரிக்காவில் சுமார் 3 சதவீதம் வேலைவாய்ப்பை), இந் நூலில் அவை புறக்கணிக்கப்படுகின்றன.

ஒரு முதல் மேல்நோக்கு

நாம் எல்லாரும் பணி செய்து நமக்கு வேண்டியவற்றை வாங்குவதற்காக இருக்கும் ஒரு பரந்த தொழில் துணிவுதான் (Enterprise) பொருளாதாரம் என்பதை நாம் கற்பனை செய்துகொள்ளவேண்டும். நாம் அளிக்கும் பணிக்குப் பதிலாகவும் உபயோகிக்கும் பல வேறுபட்ட கச்சாப் பொருள்களுக்குப் பதிலாகவும் மக்கள் தேவைக்கான போதுமான விருப்பங்களுக்காகவும் பொருள்களை உற்பத்தி செய்வதே அதன் நோக்கமாகும். ஒரு பொருளாதாரம் உற்பத்தி செய்யும் பொருள்களை உபயோகப் பொருள்கள் உற்பத்திப் பொருள்கள் என்று கூறுகிறோம். ஒரு பொருளாதாரத்தின் செயல் காட்சியை (Performance) மக்கள் விரும்பும் பல்வேறு உற்பத்திப் பொருள்களைப் பேரளவு உற்பத்தி செய்வதைவைத்தே அளவிடவும் விவரிக்கவும் முடியும்.

பல்வேறு உற்பத்திப் பொருள்களை நமது பொருளாதாரம் போன்ற ஒன்று, எவ்வளவு உற்பத்தி செய்யவேண்டுமென்பதை எந்த ஒருவரும் தீர்மானிப்பதில்லை என்று நாம் ஏற்கெனவே பார்த்தோம். அது, தானே திட்டமிட்டுக் கொள்கிறது என்று கூறலாம். வெப்பச் சீர்நிலைக் கருவிகள் (Thermostats), தானே இயக்கிகள் (Autopilots), மின் அளவு ஒழுங்கிகள் (Voltage regulators) முதலிய தானே இயங்கும் முறைகளைத் தயாரிக்கும் பணியில் ஈடுபட்டுள்ள அதிகாரப் பூர்வமான பொறியியலாளர்கள் இவ் வுண்மையைக் கவனித்துப் பொருளாதாரம், ஒரு மிகப் பெரிய தானே இயங்கி என்று சுட்டிக் காட்டியுள்ளனர். இஃது ஒரு கூர்மதி வாய்ந்த புலனுணர்வு எனலாம். இதையே பொருளியல் நிபுணர்கள் நல்ல முறையில் உபயோகிக்கின்றனர். நாமும் அதையே பின்பற்றுவோம்.

செயல்படுத்துவதில் சிக்கல் இருந்தாலும், தானே கட்டுப்படுத்தும் முறையின் தத்துவம் மிகவும் எளிமையானது. ஒரு கட்டுப்பாட்டுமுறை சிலவற்றை உண்டாக்கும் இயந்திரத்தையும் (வீட்டு உலையைக் கூறலாம்) இயந்திரம் உற்பத்தி செய்யும் பொருள்களைக் கண்காணிக்கும் ஒரு முறையையும் (வெப்பமானியைக் கூறலாம் Thermometer) விரும்பிய உற்பத்திப் பொருளை ஒப்பிடும் ஒன்றையும், விரும்பியவற்றிலிருந்து பொருள்கள் பிரிந்து செல்லும்போது செயல்படும் இயந்திரத்தை மாற்றும் கட்டுப்பாடு அல்லது திருப்பன் (switch) முதலியவற்றையும் அடக்கியுள்ளது. படம் 1—1-ல் இருப்பது ஒரு சாதாரண வீட்டு வெப்பச் சீர்நிலைக்கருவி. அடியில்



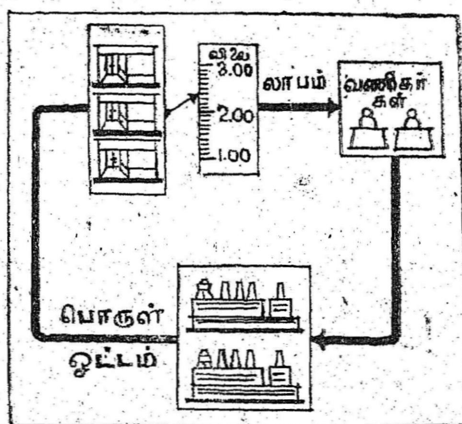
படம் 1—1

வீட்டு வெப்பச் சீர்நிலைக் கருவி தானே இயங்கும் அடிப்படை நுணுக்கத்தை விவரிக்கிறது—பொருளியலைக் கூட.

உள்ள உலை, வெண்ணீர் அல்லது நீராவியை உற்பத்தி செய்து வெப்பப் பரப்பியை (Radiator) சூடாக்கி, இறுதியாக வெப்பமானியைச் சூடாக்குகிறது. பொருத்தப்பட்ட வெப்பச் சீர்நிலைக் கருவி கொடுக்கும் தட்பவெப்ப நிலையைவிட வீடு குளிராக இருந்தால், வெப்பமானியோடு பொருத்தப்பட்ட நகரும் அம்பு இயக்கும் திசை நிலையைச் (on range) சுட்டிக்காட்டி உலையை இயக்குகிறது. வீடு சூடாகும்போது, நகரும் அம்பு நீக்கி (off) நிலையை அடையும்வரை

நகருகிறது. பின்னர்க் கட்டுப்பாடு உலேயைத் திருப்புகிறது. வீடும் குளிராகிறது. அம்பு கீழ்நோக்கிச் சுற்றி இயக்கும் நிலையை அடைகிறது. மறுபடியும் காலவட்டம் (cycle) சுழல ஆரம்பிக்கிறது. எல்லாக் கட்டுப்பாட்டு முறைகளும் இந்த எளிய அமைப்பின் பாலத்தின்மேல் கட்டுப்பட்டுள்ளன. அதன் நுணுக்கமும் அவ்வளவேதான்.

இப்போது நமது பரந்த பொருளாதார முறையை இந்தக் கருத்திலிருந்து கவனித்துப்பார். தட்ப வெப்பமுறை. வெப்பம் என்ற ஒரு பொருளைத்தான் உற்பத்தி செய்கிறது. ஆகையால், அதற்கு ஒரு கட்டுப்பாடு போதுமானது. ஒரு பொருளாதாரம் ஆயிரக்கணக்கான உற்பத்திப் பொருள்கள் அல்லது விலைபொருள்களை உற்பத்தி செய்கிறது. ஆகையால், ஆயிரக்கணக்கான கட்டுப்பாடுகள் தேவைப்படுகின்றன. ஓர், உற்பத்திப் பொருளுக்கு ஒரு கட்டுப்பாட்டு



படம் 1—2

உற்பத்திப் பொருள் ஓட்டத்தை விளக்கும் படம்; பொருளியல் கட்டுப்பாடு வெப்பச் சீர்நிலைக் கருவியோடு ஒப்பிடப்படுகிறது.

முறை போதுமானது என்பது உண்மையென்றாலும், மேலும் பலமுறைகளை உபயோகிக்கிறோம். படம் 1—2-ல் உள்ளதுபோல் நாம் எளிமையாக ஒரு பொருளுக்கு ஒரு கட்டுப்பாட்டு முறையை வகுக்கலாம். அடியில் உள்ள ஒரு தொழிற்சாலையில் ஒரு பொருளை உற்பத்தி செய்து நேரடியாக ஒரு கிடங்கிற்கு அனுப்பப்படுகிறது. வெப்பமானிக்குப் பதிலாக அங்கு விலை அளவை இருக்கிறது.

பொருள்களின் பெருக்குந் தேவையைவிடக் குறைவாக இருந்தால், விலை ஏற வாய்ப்பாகும். அப் பொருளை லாபகரமாக உற்பத்தி செய்ய ஏதுவாகிறது. தானே இயங்கும் திருப்பனுக்குப் பதிலாக, லாப அதிகரிப்பைக் கவனித்துத் தொழிற்சாலையிலிருந்து பொருள் களின் ஓட்டத்தை அதிகரிக்க ஏற்பாடு செய்யும் வணிகர்கள் உள் ளார்கள். பின்னர், விலை ஏற்றம் நிற்கிறது.

நுகர்வோர் தேவைக்குமேல் பொருள்களை வணிகர்கள் அதிகரித் தால் விலை இறங்கலாம். இந்த நிலையில் விலை குறையும் பொருள்களின் ஓட்டத்தைக் குறைக்க வணிகர்கள் தூண்டப்படுகின்றனர். இப்பொரு ளாதாரக் கட்டுப்பாட்டு முறையில் விலைகளின் பங்கைக் கவனிப்பது முக்கியமாகும். அவை உண்மையான உற்பத்திப் பொருளுக்கும் தேவைப் பொருளுக்கும் உள்ள வேறுபாட்டை உணர வைக்கும் பிரதி பலிக்கு முறையாகும்.

அடுத்த மூன்று அதிகாரங்களும் உற்பத்திப் பொருள்களையும் ஒரு தனிப்பொருளின் விலையைத் தீர்மானிப்பதிலும் ஈடுபடுகிறது. நாம் முறையாக வரைந்துள்ள பொருளாதாரக் கட்டுப்பாட்டு நுணுக்கமும் அதுவேயாகும். இஃது ஒரு தனிப்பட்ட அங்காடியை நுட்பமாகத் தனியாகக் கற்பதாகும். அங்காடி என்பது எல்லா மக்களும், நிறுவனங்களும் ஒரு பொருளை உற்பத்தி செய்து, வாங்கி விற்கும் இடமேயாகும். அடுத்த அதிகாரத்தில், உற்பத்திப் பொருள் களின் அளவிற்கும் அவற்றின் விலைக்கும் இடையில் ஏற்படும் எதிரெதிர்ச் செயலை (Interaction) நாம் பொதுவாகப் பார்ப்போம். அதைத் தொடர்ந்துள்ள இரண்டு அதிகாரங்களும் எவ்வாறு வணிகர் கள் விலைமாற்றம் செய்ய ஈடுபடுகிறார்கள் என்பதைக் கூர்ந்து கவனிப்போம். 5ஆம் அதிகாரத்தில் விலையைப் பற்றியும் இதரச் சூழ்நிலையிலும் நுகர்வோரின் எதிர்ச்செயலைப் பற்றியும் நாம் எடுத்துக் கொள்வோம். ஆனால், அங்கு ஒரு தனிப்பொருளுக்கும் அப்பால் செல்ல வேண்டியிருக்கும்.

தானாக இயங்கும் நுணுக்கத்துடன் ஒப்புமை செய்தால் அஃது ஒளிரச்செய்யும். அதனை எல்லா ஒப்புமைகளைப்போல் எழுத்தியல் பாக எடுத்துக் கொள்ளவேண்டும். ஒரு பொருளாதாரத்திற்கும் தானாக இயங்கும் இயந்திரத்திற்கும் முக்கியமான வேறுபாடுகள் இருக்கின்றன. அவற்றில் ஒன்று கட்டுப்பாட்டு முறைகளைப்பற்றிய தாகும். ஓர் இல்லத்தில் யாராவது ஒருவர் விரும்பிய வெப்பத்திற் காக வெப்ப நீர்நிலைக் கருவியைப் பொருத்துகிறார். அதன் பின்னர், இயந்திரம் பொறுப்பை ஏற்று வேண்டிய வெப்பத்தைக் கட்டுப்

படுத்துகிறது. ஒரு விமானத்தில் இயக்கி (Pilot) விரும்பிய போக்கைப் பொருத்துகிருர்; பின்னர், இயக்கி தானே அதைப் பறக்கச் செய்கிறது. ஆனுல், ஒரு பொருளாதாரத்தில் விரும்பப்படும் பொருளின் அளவைச் சாதாரணமாக எவரும் தீர்மானிப்பதில்லே. பொருளாதார முறை, அதைத் தானே தீர்மானிக்கிறது. இதைப் பொறுத்தவரை, அஃது ஒரு மிகையாகத் தானே இயங்குகிற (Super automatic) கட்டுப்பாட்டு நுணுக்கமாகும். இப்படி நடக்கும்போது, ஒரு பொருளின் விரும்பிய அளவு, உற்பத்தியாகும் இதரப் பொருள்களேயும் அதன் விலேயையும் சார்ந்துள்ளது.

ஆக ஒரு தனிப்பட்ட சந்தையைப் பார்த்து இதுபோன்ற ஒரு பொருளாதார முறையின் இயல்பைப் புரிந்துகொள்ள முடியாது. நாம் எல்லாச் சந்தைகளேயும், அவை எவ்வாறு எதிர்த்துச் செயல்படுகின்றன என்பதையும் கருதவேண்டும். அதிகாரம் 7 உம், 8 உம் இதைப் பற்றியனவாகும்.

தானே இயங்கும் கட்டுப்பாடு ஒப்புமையிலிருந்து நகருமுன் இதர இரண்டு நோக்கங்களேக் கவனிப்போம். அதில் ஒன்று, உருவ இயக்கத்தைக் கட்டுப்படுத்தும் திருப்பனின் இயல்பு. தானே இயங்கும் நுணுக்கத்தில் திருப்பன் என்பது நிஜேத்த வழியில் பணியை ஆற்றுவதற்கு ஏற்படுத்தப்பட்ட ஒரு மின் அல்லது இயந்திரச் சாதனமாகும். ஆனுல், ஒரு பொருளாதாரத்தில் தனி நிறுவனங்களுக்காக முடிவுகளே உண்டாக்கும் வணிகர்களே திருப்பன்களாக இருக்கிருர்கள். மின் இயந்திரச் சாதனத்தின் மிக இயல்பான ஒரு நுணுக்கைக் காட்டிலும் மிகச் சிக்கலான நிஜேத்துக்கூற முடியாதவர்கள்தான் வணிகர்கள் எனலாம். மனிதன் தலேயீடுடைய கட்டுப்பாட்டு முறையே பொருளாதாரமாகும்.

நமது எளிய ஊகத் திட்டத்தைப்போல் வணிகர்கள் விலேயை மட்டும் பார்ப்பதில்லே என்பது, அவர்களின் சிக்கலான குணதிசயங்களில் ஒன்ருகும். ஆனுல் அவர்கள், இதர வணிகர்களேயும் சேர்த்துப் பலவற்றைக் கணக்கிட்டுப் பார்க்கிருர்கள். இப்படிச் செய்வதன்மூலம் முழுமுறையின் நடப்பை மாற்றுகிருர்கள். இச் சிக்கலின் சில விளேவுகளேப்பற்றி 6 ஆம் அதிகாரம் காட்டுகிறது.

இயந்திரத் துணுக்கைப் போலல்லாமல், வணிகர்கள் ஒரு உள் கருத்தைக் கொண்டிருப்பது, அவர்களின் மற்ருெரு சிக்கலான பாகமாகும். ஒரு வணிகன், தனக்குச் சாதகமாக உள்ள விலே அல்லது புறத் தூண்டுதல் (Stimulus) முதலியவற்றிற்கு விடையளிக்கிருன். இதனுல்தான், பொருளாதார முறையில் லாப நோக்கம் முக்கியமான

ஒன்றுகும். வணிகர்கள் எப்படிப் பல சூழ் நிலைகளுக்கு இணங்கு கிறார்கள் என்பதைத் தீர்மானிப்பதோடு மொத்த முறை எவ்வாறு செயல்படுகிறது என்பதையும் கூறுகிறது. வரும் அதிகாரங்களில் நாம் அதைத் திரும்பத் திரும்பக் குறிப்பிடலாம்.

இறுதியாக, கட்டுப்பாட்டு முறை எப்போதும் சரிவரச் செயல் படாது என்பதைக் காணலாம். ஒரு பிழை, 'வேட்டையாடும்' (Hunting), 'ஊசலாடிக் கொண்டிருக்கும்' (Oscillating), அல்லது 'மேல் எய்தல்' (Overshooting) முதலிய பல பெயர்களுக்கு அவர்களை ஆளாக்குகிறது. ஒரு சிறிய இயற்கைக் காட்சி (Phenomenon) இதைத் தெளிவாக்கும். தண்ணீர்த் தாரையில் (shower) இருக்கும் மனிதன், மனித இடர்ப்பாடுடைய ஒரு சிறிய கட்டுப்பாட்டு முறையாக அமை கிறான். தண்ணீர் அதிகக் குளிர்ச்சியாக இருந்தால், வெண்ணீரை அவன் திருப்புகிறான். சிறிது நேரத்திற்கு ஒன்றும் நிகழ்வதில்லை. பொறுமை இழந்து வெண்ணீரை மேலும் அதிகரிக்கிறான். இப்போது தண்ணீர் திடீரென்று மிகச் சூடாகிறது. கூடிய சீக்கிரத்தில் மிக அதிகச் சூடாகிறது. அப்போது குழாயைப் பின்பக்கமாகத் திருப்பு கிறான். சிறிது நேரத்திற்கு ஒன்றும் நிகழ்வதில்லை. ஆனால் தாரை திடீரென்று குளிர்ச்சி அடைகிறது. அவன் நீண்ட நேரத்திற்கு வசதியான வெப்பத்தை அடையாநிலை நீடிக்கும் என்பது உங்களுக்குத் தெரியும்.

இதுதான் 'வேட்டை' ஒரு கட்டுப்பாட்டு முறையிலுள்ள மோச மான நிலை. இதுபோன்று எந்தக் கட்டுப்பாட்டு முறையிலும் நிகழ் கிறது. உண்மையில் வேட்டை என்பது வாணிபச் சுழற்சியைச் கூறும் ஒரு பெரும்பகுதி. அவை, நாம் கீழே சந்திக்கும் பொருளாதாரக் கெட்ட நடப்பில் சிலவாகும். இக் காரணத்திற்காகக் கட்டுப்பாட்டு முறை பெரு வாரியாக ஒப்புமைக் கவர்ச்சி ஒப்பாக மட்டுமல்லாமல், பொருளாதாரம் இயங்கும் வழியிலுள்ள கோட்பாடு மாதிரியுமாகும்.

சில அடிப்படைப் பொதுக் கருத்துகள்

தனி ஒரு பொருளுக்காகச் சந்தையைக் கூர்ந்து பார்ப்போம். தானே இயங்கும் கட்டுப்பாட்டு முறையில் உற்பத்தி அளவு விலையைக் கவர்கிறது என்றும், விலை செயல் நோக்க வணிகர்களை உற்பத்தி அளவைச் சரிக்கட்டவும் தூண்டுகிறது என்பதையும் நாம் பார்த் தோம். இம் முறை வேட்டையாடலாம். விலையும் அளவும் வரம்பின்றிச் சுற்றி முட்டி மோதிக் கொள்ளலாம். அப்படிப்பட்ட ஒன்று நிலையற்ற சந்தை என்று சொல்லப்படுகிறது. ஆனால், ஒரு பொருளாதாரத்தில் நிலையற்ற பற்பல சந்தைகள் இருக்க முடியாது. ஏனென்றால், பொரு ளாதாரம் செயல்பட முடியாது. இந்தச் சந்தையில் ஒரு குறிப்பிட்ட

மதிப்புவரை விலையும் அளவும் விரைவில் அமைதிபெறும் என்பதை நாம் ஊகித்துக் கொள்ளலாம். அம் மதிப்புகளில் விலை அளவுகளைத் தூண்டி வெளியிடச்செய்து விலை மாருமல் பாதுகாக்கிறது. அந்த விலையும் சார்ந்திருக்கும் அளவும் சந்தையின் சமநிலை மதிப்பாகும் (முறையான விளக்கத்தை மொழிய நான் தயாராக இல்லை). சந்தையைக் கவிழ்க்கக்கூடிய வெளி நிகழ்ச்சி நேரா விட்டால் சமநிலை (equilibrium) மதிப்பு நிலவும், உற்பத்திப் பொருள் ஓட்டமும் பொருள் வாங்குவதையும் தவிர வேறு ஒன்றும் நிகழாது.

அனேக நோக்கங்களுக்குச் சந்தையின் மிக முக்கியக் குணாதிசயம் சமநிலை மதிப்பாகும். இது பார்ப்பதற்கு, மிகச் சுலபமாக மற்ற சந்தைகளுக்கு மாருகப் புதிய பெருங்கடல் நண்டு வகைகளுக்குள்ள சந்தை செயல்படுவதை நினைத்துப் பார். இந்த ஆண்டு நண்டு பிடிப்பு மோசமாக இருப்பதாக ஊகிக்கலாம். சென்ற பருவத்திலிருந்து அடைந்த விலையில் கப்பல் துறை மேடையில் வரும் நண்டுகளைவிட நுகர்வோர்கள் அதிகமாக வாங்க விரும்புகிருர்கள். விலை உயரும். நண்டு பிடிப்பவர்கள் இதற்கு ஏதொன்றும் செய்ய முடியாமல் அவர்கள் கடினமாக முயற்சிக்கலாம். ஆனுல், அவர்களின் பானைக்குள் அனேக நண்டுகளை வரவழைக்க வேறு ஒரு வழியும் இல்லை. ஆகையால் சந்தை மற்ருெரு வழியில் கட்டாயத்தால் சரிப்படுத்தும். நண்டுகள் மிகு விலையுள்ளனவாக இருக்கும்போது, மக்கள் வேருென்றை உண்ண விரும்புவார்கள். ஆகையால், நுகர்வோர், நண்டு பிடிப்பவர்களால் எவ்வளவு பிடிக்க முடிகிறதோ அந்த அளவையே வாங்க விரும்பும் நிலைக்கு •விலை நகரும். விலை சென்ற ஆண்டின் விலைக்குமேல் புதிய சமநிலைக் கட்டத்தை அடையும். ஒவ்வொருவரின் கருத்துப் புதிய சமநிலை மட்டம் என்ன என்பதைப்பற்றியது குறிப்பிடத்தக்கது.

நண்டு பிடிப்பவனின் வருமானம், இல்லாளின் குடும்பப்பட்டியல் நெருக்கடி ஆகிய இரண்டும் அதைச் சார்ந்திருக்கின்றன. சமநிலை எந்தக் குறிப்பிட்ட முறையில் அடையப்படுகிறது; அதற்கு எவ்வளவு காலம் எடுத்துக்கொள்கிறது என்பனவற்றை ஆராயுங்காலம் போதுமானதாக இருக்கும்போது அது நிச்சயமாக இரண்டாந்தரமான காரியமாகும். ஒரு பொருளாதாரத்திற்கு நண்டுகளைவிட, மிக முக்கியமானவை உள்பட எல்லாச் சந்தைகளுக்கும் இவ்வுண்மை பொருந்தும்.

உள்ளார்ந்த, சரிப்படுத்தும் நுணுக்கக் தூண்டலினுல் சந்தை முக்கியமான குணாதிசயங்களான விலை, அளவுகளுக்கேற்ப சமநிலை விலை அளவை நோக்கிச் சாய்கிறது. ஓர் இயந்திரக் கட்டுப்பாட்டு முறையில் உற்பத்தி விரும்பிய மட்டத்தை நோக்கிச் சாய்கிறது

என்பதை நாம் அறிவோம் (இல்லாவிட்டால் அந்தமுறை வைக்கப் பட்டிருக்காது). ஆனால் ஒரு பொருளாதாரத்தில் ஒரு குறிப்பிட்ட விரும்பிய உற்பத்தி இருக்க முடியாது. இங்கு எந்தச் சந்தையும், அச் சந்தையின் வெளிப்புறச் சூழ்நிலையைச் சார்ந்து நோக்கிச் சாய்கிறது. இந்த நூலில், நமது பெரும்பாலான கவனம் எவ்வாறு சமநிலை மட்டம் முக்கியமான பல சந்தைகளில் தீர்மானிக்கப்படுகிறது. என்பதை அறிவதற்குச் செலுத்தப்படுகிறது. எவ்வாறு சமநிலை மட்டத்தைச் சந்தை அடைகிறது என்பதில் நாம் குறைவான அக்கறையுள்ளவர் களானாலும் அதை நாம் முழுக்க ஒதுக்கிவிட மாட்டோம்.

பொருளாதார ஆய்வில் விசையியக்கவியலுக்கும் (Dynamics) நிலையமை வியலுக்கும் (Statics) உள்ள வேறுபாட்டை அறிய நம்மைக் கொண்டு வருகிறது. இயக்கவியல், பொருளியல் ஆய்வுத் தொடர்பு கொண்டுள்ள சந்தைகள் அடையும் சமநிலை மதிப்புகளைப்பற்றிய பாகங்களைத் தன்னுள் கொண்டுள்ளன; அல்லது அவை எதனைச் செய்கின்றன; எவ்வளவு காலம் எடுக்கின்றன என்பதையும், விலை களும் அளவுகளும் இடைக்காலத்தில் என்ன வழிகளைப் பின்பற்று கின்றன என்பதைப்பற்றியும் இவ்வியல் கருதுகிறது. பொருளியல் ஆய்வின் சந்தைக்கு வெளிப்புறமாறும் சூழ்நிலைகளுடன் கூடிய வற்றையும் சந்தையின் சமநிலை மதிப்புத் தீர்மானத்தைப்பற்றியும் நிலயமை இயல் தன்னுள் அடக்கியுள்ளது.

நிலயமை இயல் இயக்க நிலையியலைவிட முக்கியமானது. ஏனென்றால், மனித நடவடிக்கைகளைக் கணக்கிடும் இறுதியான சேருமிடம் ஒரு பகுதியாகவும் இறுதியான சமநிலை அதைச்சேர எடுக்கும் காலவழிகள் கவரும் பகுதியாகவும், அப்படி யிருக்க பின்புறக் கவர்ச்சி மிகவும் பலயீனமாகவும் இருக்கிறது. நிலயமை இயல் இயக்க நிலையியலைவிட, மிகவும் சுலபமாகவும், மிகவும் அதிக மாகவும் வளர்ந்துள்ளது. நான் சொன்னதுபோல் பெரும்பகுதியில் நாம் இடைவிடாது முயலுவோம்.

நாம் இப்போது ஒரு சந்தைக்கும் ஒரு மொத்த பொருளாதாரத் திற்குமான சமநிலையை விளக்கவேண்டும். ஒரு சந்தையில், வாங்கு பவர்கள், நடப்பு விலையிலும் இதரச் சலுகைகளிலும் எவ்வளவு வாங்கவேண்டுமென்று தொடர்ந்து எண்ணித் தீர்மானிக்கிறார்கள். விற்பவர்களும் நடப்பு விலையிலும் இதரச் சலுகைகளிலும் எவ்வளவு உற்பத்தி செய்யவேண்டும் என்றும், அதே நேரத்தில் தீர்மானிக்கிறார் கள். மொத்த விற்பனையாளர்கள் எவ்வளவு உற்பத்தி செய்து விற்க வேண்டும் என்று தீர்மானிக்கும் அளவையே மொத்த வாங்குபவர் களும் வாங்க வேண்டும் என்று முடிவு செய்வதாக எண்ணிக்

கொள். பின்னர், சந்தையில் என்ன செய்யவேண்டும் என்று விரும்பும் ஒவ்வொருவரும் அதைச் செய்யமுடியும். மேலும் இந்த ஒரு சூழ்நிலைதான் அதற்குச் சாதகமாக இருக்கும். சமநிலையை விளக்கும் குணாதிசயத்தை இன்பமான உரிமைப்பொருள் என்று நாம் அதைப் பிடித்துக்கொள்ளலாம். ஒவ்வொரு பங்குதாரியும் கொடுக்கப்பட்ட சூழ்நிலையில் மிகவும் சாதகமான முடிவு என்று கருதி, அதில் ஈடுபடும் பொழுது ஒரு சந்தை சமநிலையில் இருக்கும். ஒரு பொருளாதாரம் அதில் அடங்கியுள்ள எல்லாச் சந்தைகளும் சமநிலையில் இருக்கும் போது, அதுவும் சமநிலையில் இருக்கும்.

வேறு முறையில் கூறினால், ஒவ்வொரு வாய்ப்புள்ள விற்பனையாளரும் பொருளை வாங்க ஒரு வாங்குபவரைக் காணும்பொழுதும் எதிரெதிர் மாறாக (vice versa) நடக்கும்போதும், அது தீர்ந்துவிடும் போதும் ஒரு சந்தை சமநிலையில் இருக்கும். ஒரு நுட்பமுறையில் இதைக் கூறினால், அளிப்பும் தேவையும் சமமாக இருக்கும்போது ஒரு சந்தை சமநிலையில் இருக்கும். இப் பயனீட்டுச் சொற்றொகுதியில் (Terminalogy) விற்பனையாளர்கள் விற்க விரும்பும் பொருளின் அளவே அளிப்பு என்று பொருள்படும். வாங்குபவர் வாங்க விரும்பும் பொருளின் அளவே தேவை எனப்படும். அளவின் அளிப்பையும் தேவையையும் பல சூழ்நிலைகள் கவர்கின்றன என்றாலும், நாம் ஏற்கெனவே பார்த்ததுபோல, பொருளின் விலைதான் தலைமைக்கட்டுப்பாடாக உள்ளது. அதற்கு நாம் அதிகக் கவனம் செலுத்துவோம்.

இதரச் சூழ்நிலைகள் கொடுக்கப்பட்டிருந்து, எந்த விலையில் சந்தை தீர்க்கிறதோ, அதுவே சமநிலை விலையாகும். மற்ற நிலைமைகள் மாறி அந்த விலையில் அளிக்கப்படும் அளவும் தேவையும் நிலைமாறும் வரைக்கும் சமநிலை விலை சந்தையில் வழங்கும்பொழுது, அது தொடர்ந்து நிலைத்திருக்கும். சமநிலை விலையும் இந்த முறையில் விளக்கப்பட்ட அளவும் மதிப்பாகி அதற்குச் சந்தை சரிப்படுத்தும் முறை சாயும் என்பதை முதற் பார்வையில் நீ அறிந்துகொள்ள முடியாது. அப்படியானால், உனது ஐயுறவு மனப்பான்மை (Skepticism) நியாயமாகும். அந்த வற்புறுத்தல் மெய்ப்பிக்க வேண்டுகிறது, ஆனால், சுலபமாக அதைக் கொடுக்க முடியும். நுகர்வோர்கள் எந்த விலையில் வாங்க விரும்புகிறார்களோ, அந்த அளவும் உற்பத்தியாளர்கள் விற்க விரும்பும் அளவும் இணையாகாவிட்டால், சந்தை சரிப்படுத்துமுறை அதை நோக்கிச் சாயும் என்று ஊகிக்கலாம். இதை உறுதியாக்க, நுகர்வோர் வாங்க விரும்பும் விலை உற்பத்தியாளர் விற்கவிரும்பும் விலையைவிடக் குறைந்தால், அதை நோக்கிச் சரியும் என்பதாகும். பின்னர், சில உற்பத்தியாளர்கள் தங்களிடமுள்ள

விற்காத பொருள்களைத் தள்ளிவிடும்பொருட்டு விலையைப் படிப்படியாக மாற்றுவார்கள். பொருள்களின் அளிப்புப் பெருவாரியாக இருப்பதைப் பார்க்கும் நுகர்வோர்கள் பேரம் பேசுவார்கள். இந்த விலை இறங்க ஆரம்பிக்கும். எந்த விலையில் நுகர்வோர்களும் உற்பத்தியாளர்களும் விரும்பித்தொழில் நடத்துகிறார்களோ அந்த ஒரு விலையே நிலையாக இருக்கும். இந்த விலையே நமது விளக்கத்தைத் திருப்தி செய்கிறது.

சுருக்கம்

இந் நூலில் கருதப்படும் பெரிதான பிரச்சனைகள் இந்த அதிகாரம் வரைந்துள்ளது. அடிப்படைப் பொருளியல் சொல் தொகுதி ஆய்வைக் கொண்டுள்ள பெருவாரியான கருத்துகளை அறிமுகப் படுத்தியும் இருக்கிறது. பின் அதிகாரங்களில் பல அறிமுகப்படுத்தப் பட்ட முதன்மையான கருத்துகளை ஆய்ந்து நின்று விடும். ஆனால், இந்த முதல் அதிகாரம், திரும்பத் திரும்பக் கூறப்பட்ட கருத்தின் சுருக்கத்தை மிகுதியாக விளக்கவும் அறிமுகப்படுத்தவும் எடுத்துக் கொண்டது.

2. அளிப்பும் தேவையும்

ஒருவரும் கட்டுப்படுத்தாத ஒரு பரந்த இடையுறவு முறையே ஒரு பொருளாதாரம் என்பதை அதிகாரம் 1-ல் நாம் பார்த்தோம். இருந்தாலும், கட்டுப்பாடற்ற முறையைப்போல் அது நடந்துகொள்வதில்லை. நாளுக்கு நாள் மக்கள் விரும்பி வாங்கும் அளவை அஃது உற்பத்தி செய்து வெளியிடுகிறது. பொருளியலின் சிறப்பான பொறுப்புகளில் ஒன்றும், இந்த நூலின் மையப் பொறுப்பும், எவ்வாறு இது நடைபெறுகிறது என்பதையும் அறிந்துகொள்வதாகும்.

நமது பொருளாதாரத்தின் அடிப்படை அலகு, வாணிப அமைப்பு அல்லது கம்பெனி அல்லது தொழில் நிறுவனமாகும். அமெரிக்கப் பொருளாதாரத்தில் ஏறக்குறைய ஒரு கோடி, எல்லா விதமான தொழில் துணிவுகளிலும் இருக்கின்றன. அவற்றுள் மூன்றில் ஒன்று பெரும்பாலும் மிகவும் சிறிய பண்ணைகளாகும். ஒவ்வொன்றிலும் 500 அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட தொழிலாளிகளையுடைய சில 10,000 பெரிய கார்ப்பொரேஷன்கள் புறக்கோடியில் இருக்கின்றன. ஒவ்வொரு நிறுவனமும், பெரிய அல்லது சிறிய, பண்ணை அல்லது வார்ப்புக்கலை அல்லது நிதிக் கம்பெனி முதலியனவாகும், சில பொருள்களை உற்பத்தி செய்து லாபத்திற்கு விற்கும் தொழில்கள் இருக்கின்றன. அவை உற்பத்தி செய்யும் பொருள்களின் தன்மையை வைத்து இந்த எல்லா நிறுவனங்களும் தொழில்களாக வகுக்கப்பட்டுள்ளன. இந்த வகுப்புத் தவிர்க்க முடியாத மனப்போக்கானதாக இருக்கிறது. எடுத்துக்காட்டாக, கரித்தாள் உற்பத்தி செய்யும் நிறுவனங்கள் ஒரு தொழிலா? அல்லது அவை, பேப்பர் தாள் செய்வதற்கான கூழ்த் தொழிலின் பகுதியா? ஏராளமான மேட்டார்ச் சாதனங்கள் செய்பவர்களையும் கவனி; போக்குவரத்து அல்லது சில இதரத் தொழில்களில் அவற்றைச் சேர்த்துக் கொள்வதா? ஒவ்வொன்றும் சில பொருள்களை அல்லது பொருள்களின் வரையறை அளவைத் தனித்துறைப்படுத்தும் (Specialising). நமது போன்ற ஒரு பொருளாதாரம் அடங்கியுள்ள

சில 10,000 அல்லது அதிகமான தொழில் ஒரு பகுப்புப் பிரச்சனையாக இருந்தாலும், அது சிந்திக்கச் செய்கிறது. ஒவ்வொரு பொருளின் உற்பத்தி, அதன் சொந்த தொழிலில் எப்படித் தீர்மானிக்கப்படுகிறது என்பதால், இந்த அதிகாரத்திலும் அடுத்த சில அதிகாரங்களிலும் தனித் தொழில்களின் நடத்தையைப்பற்றி நமது சிறப்பான கவனம் இருக்கும்.

சந்தையின் வகைகள்

நெருக்கமாய் இணைந்த பொருள்களின் ஒரு வகுப்பை அல்லது சில பொருள்களை உற்பத்தி செய்யும் கணக்கற்ற நிறுவனங்களை ஒவ்வொரு தொழிலிலும் வைத்துள்ளது என்பதை நாம் பார்த்தோம். அவை, நிறுவனங்களுக்கும் மக்களுக்கும் பொருள்களை விற்கும் ஒன்றுக இந்த நிறுவனங்கள் பொருளுக்கான சந்தைகளை நிறுவுகின்றன. ஒரு வணிகன், 'சந்தை' என்று சொல்லும்பொழுது, அவனது பொருள்களை வாங்கும் மக்களையும் நிறுவனங்களையும் கருதுகிருன். ஆனுல், ஒரு பொருளியல் நிபுணர் அந்த வார்த்தையை உபயோகிக்கும் பொழுது விற்பவர்களையும் வாங்குபவர்களையும் சேர்த்துக் கருதுகிருர் என்பதைக் கவனிக்கவேண்டும்.

சந்தையின் இயற்பொருள் சார்ந்த அமைப்புப் பொருளாதார ஆய்வுக்கு அவ்வளவு முக்கியமானதன்று. ஆனுல், அஃது எந்த வழியில் அமைக்கப்படுகிறது என்பதும் எந்த வழியில் வாணிபம் நடத்தப்படுகிறது என்பதும் முக்கியமாக இருக்கிறது. ஏனென்ருல், இந்த ஏற்பாடுகள் பங்குதாரிகளின் முடிவைக் கவர்கின்றன. சந்தைகளின் குணுதிசயங்களில் சில நெருங்கிய பழக்கமுள்ளவைகளாகையால், அவை வழக்கமாக உள்ளவை என்று நாம் கவனிப்பதில்லை. எடுத்துக்காட்டாக, நுகர்வோர் கேட்கும் நியாயமான விலைக்கு எவ்வளவு விற்க விற்பனையாளர்கள் தயாராக இருக்கிருர்கள் என்று கருதி, விலையைப் பெரும்பாலான சந்தைகள் அறிவிக்கின்றன. அந்த விலையை நுகர்வோர் ஏற்று எவ்வளவு தேர்ந்தெடுக்கிருர்களோ அவ்வளவையும் வாங்குகிருர்கள். சுருக்கமாகக் கூறினுல், விற்பனையாளர்கள் விலையை முடிவு செய்கிருர்கள். வாங்குபவர் விற்கும் அளவை முடிவு செய்கின்றனர். இந்த இரட்டை முடிவுகள் எவ்வாறு உண்டாக்கப்படுகின்றன என்பதை அறிவதே அப்படிப்பட்ட சந்தைகளைப்பற்றித் தோன்றும் முக்கியப் பொருள். அதைச் சமாளிப்பதற்கு முன்னர், இந்த ஏற்பாடு எல்லாவற்றிற்கும் பொருந்துவனவல்ல என்பதை நாம் கவனிக்கவேண்டும். சந்தையின் ஒரு முக்கியமான வகையில் எதிர் வழக்கம் நிலவுகிறது. தொழில் சந்தைகளில் வாங்குபவர் (வேலைக்கு அமர்த்துபவர்) விலையை அறிவிக்கிருர். விற்பவர்

(வேலையில் உள்ளவர்) எடுத்துக்கொள்கிருர்: விட்டு விடுகிருர்; அல்லது பேரம் பேசுகிருர். அமைக்கப்பட்ட பொருள் பரிவர்த்தனையைப் போலச் சில சந்தைகள் ஏலத்தின்மூலம் நடத்தப்படுகின்றன. சில சந்தைகளில் விலை நிலையாக அமைகிறது. மற்றவற்றில் பேரம் நீடிக்கிறது. இப்படிப் பல ஏற்பாடுகள் சம்பந்தப்பட்ட ஒவ்வொருவரின் முடிவுகளையும் நடத்தையையும் பாதிக்கிறது. அப்படியிருந்தும் அவற்றின் முக்கியத்துவம் மேல்மட்டத்தில் தோன்றுவதைவிடச் சிறியதாக இருக்கிறது. ஆகையால், நாம் மிகக் குறைவான கவனம் செலுத்துகிறோம். சந்தை நடத்தையின் உண்மையான தீர்மானங்கள் இன்னும் ஆழத்தில் இருக்கின்றன.

எதிர் நோக்கங்களின் மட்டத்தில் நடவடிக்கையின் ஒரு முக்கியமான தீர்மானங்களின் தொகுப்பு அமைகிறது. சந்தையின் ஒவ்வொரு முடிவும் மற்றவர்கள் எவ்வாறு எதிர்ச் செயலாற்றுகிருர்கள் என்ற எதிர் நோக்கங்களால் கவரப்படுகின்றன. உரு மாதிரியான சிறிய வாங்குபவரைப் பற்றியதே சுலபமான எதிர் நோக்கங்களாகும். சிலவற்றை வாங்க அவன் முற்படும்போது விற்பவர் அதைக் கொடுப்பர். அதன் பின்னர், அதை மறந்து விடுவார் என்று அவன் எதிர்பார்க்கிருன். பெரும்பொலான வாங்குபவர் பல சிக்கலான எதிர் நோக்கங்களை வைத்துள்ளார்கள். அவர்கள் உத்தரவு கொடுக்கும்போது, விற்பனையாளர்கள் விலையை மாற்றத் தூண்டப்படும்படி அவர்களின் பெருவாரியான உத்தரவுகள் சாத்தியமாக இருக்கும் என்பதற்குச் சலுகை அளிக்கவேண்டும்.

விற்பனையாளர்கள் விலையை முடிவு செய்கையில் வாங்குபவர், போட்டியாளர் ஆகிய இருவரின் எதிர்ச்செயலைப்பற்றிக் கவலைப்பட வேண்டியுள்ளது. குறிப்பிடப்பட்ட விலையில் எவ்வளவு வாங்க விரும்புகிருர்கள் என்பதை வாங்குபவர்களைப்பற்றிக் கருதும்போது ஊகிக்க வேண்டியிருக்கிறது. ஊகங்கள் பெரும்பாலும் நியாயமானவையென்று அண்மை அநுவத்திலிருந்து தெரிகிறது. ஆனால், சில வேளைகளில் அது விரிந்த சந்தை ஆராய்ச்சியைச் சார்ந்ததாக உள்ளது. வாங்குபவர்களின் எதிர்ச் செயல்கள் விற்பனையாளருக்கு எப்போதும் முக்கியமான நோக்கமாக இருக்கிறது. அவற்றைப்பற்றி நாம் அதிகாரம் 5-ல் விவரமாகப் பார்ப்போம்.

சந்தை நடத்தைகளில் மிக முக்கியமான, கடினமான தீர்மானங்களில் ஒன்று விற்பனையாளர்கள் எதிர் நோக்கும் போட்டியாளர்களின் எதிர்ச்செயல்களாகும். உண்மையில் அவை சந்தை வகைகளில் மிகக் குறிப்பிடத்தக்க பகுப்புகளின் அடிப்படையாகும். 6ஆம் அதிகாரம் சில சாத்தியங்களையும் சிக்கல்களையும் கண்டுபிடிக்க ஓதுக்

கப்பட்டுள்ளது; இங்குச் சிறப்பான சாத்தியங்களில் மூன்றைப்பற்றி விவரித்துக் கூறுவோம்.

போட்டிக்குரிய தொழில்கள்

ஒவ்வொரு நிறுவனத்தின் நிர்வாகிகள், அவர்களின் போட்டியாளர்கள், அஃதாவது தொழிலின் இதர நிறுவனங்கள் என்ன செய்கின்றன; குறிப்பாக என்ன விலை விதிக்கின்றன என்பதில் கவனம் செலுத்துவதில்லை என்பதுபற்றித் திடமாக இருப்பது சுலபமான சாத்தியமாகும். பெருவாரியான சிறிய நிறுவனங்களில் எந்த ஒன்றும் பொருள்களின் விற்பனையில் மெச்சத்தக்க பகுதியைக் கணக்கிட முடியாதவற்றை அத் தொழில் அடக்கியிருக்கும்போது இது நிகழும். வேளாண்மை மிகவும் முக்கியமான போட்டிக்குரிய தொழில். போட்டிக்குரிய தொழிலில் இரண்டு சிறப்பான வகைகள் இருக்கின்றன. ஒரு வகையில், வேளாண்மையில் முன்மாதிரியாயிருக்கும் நிறுவனங்கள் வேறுபாடற்ற பொருள்களை உற்பத்தி செய்கின்றன. அதனால், வாங்குபவர்கள் யாரிடம் வாங்கவேண்டுமென்ற விருப்பத் தேர்வற்றுள்ளார்கள். விருப்பத் தேர்வின் குறைபாட்டின் ஒரு முக்கியமான விளைவைப்பற்றி நாம் பார்ப்போம். பொருளுக்காக ஒரே மாதிரியான விலை விதிக்கும்படி எல்லா நிறுவனங்களும் கட்டாயப் படுத்தப்படுகின்றன என்பதாகும். இவ்வகைச் சந்தை, வேறுபாடாற்ற போட்டி என்று வழங்கப்படுகிறது.

போட்டியின் மற்றொரு வகையில், ஒவ்வொரு நிறுவனத்தின் பொருளும் போட்டியாளர்களால் அளிக்கப்பட்ட பொருள்களை நற்பெயர் அடையாளச் சின்னத்தால் அல்லது வசதியான கிடங்கு அமைப்பால் வேறுபடுத்தும் குணாதிசயங்கள் அல்லது விற்பனைக் கூறுகளை வைத்துள்ளது. இத் தொழிலில் உள்ள நிறுவனங்கள் வேறு ஒரு விலையை விதிக்கலாம். ஆனால், ஒவ்வொரு நிறுவனத்தின் விற்பனை அளவு, அதன் விலைக்கும், போட்டியிடும் நிறுவனங்கள் அடையாளங்கள் முதலியவற்றின் விலைக்குமுள்ள உறவு அடிக்கடி மாறுபட்டிருக்கும். இவ் வகைச் சந்தை முற்றுரிமைப்போட்டி என்று கூறப்படுகிறது. ஏனென்றால் ஒவ்வொரு நிறுவனமும் தனது சொந்த அடையாளத்தை அல்லது பொருளின் மாற்றுருவை முற்றுரிமையாக்குகிறது.

போட்டிச் சந்தை, குறிப்பாக வேறுபாடற்ற போட்டி, பொருளாதார ஆய்வுக்கான மிக முக்கியமான வகையாக இருக்கிறது. இஃது ஓரளவாக இருக்கிறது. ஏனென்றால், போட்டிச் சந்தைகளின் நடப்பு ஒப்பிடச் சுலபமாகவும், மேலும் அவற்றை முழுக்க ஆயவும் முடிகிறது.

நாம் பின்னர்ப் பார்க்க இருப்பதுபோல், போட்டிச் சந்தைகள் மற்ற சந்தைகளால் பங்கிட முடியாத சில குறிப்பிடத்தக்க சமூகச் சொத்துகளை வைத்துள்ளது. போட்டிச் சந்தைகளின் ஆய்வு எல்லாச் சந்தைகளின் ஆய்வுகளுக்காக நகரும் கருத்தைப்போல் பணியாற்றுகிறது. இந்த அதிகாரத்தில் நாம் அவற்றில் ஒருமித்த கவனம் செலுத்துவோம்.

முற்றுரிமைகள்

ஒரே ஒரு நிறுவனத்தை அடக்கிக் கொண்டிருக்கும் தொழிலை முற்றுரிமை என்று கூறுகிறோம். ரயில் சாலைகளும் பொதுப் பயன்பாட்டுக் கம்பெனிகளும் மிக நெருங்கிய பழக்கமுள்ள முற்றுரிமைகளாகும். இந்த நிகழ்ச்சிகளுக்கப்பால், இவை யாவும் அரசால் கட்டுப்படுத்தப்படுகின்றன. இந்த நாட்டில் முற்றுரிமை நடைமுறையில் சட்டத்திற்குப் புறம்பானது. முற்றுரிமை ஒரு முக்கியமான பொருளை உற்பத்தி செய்து பெரும் பொருளாதார மதிப்பை நுகர்வோர்களின் மேல் பெற்றிருந்தால், அது பெரிதாக வளர முடியும் என்பதைக் கவனி. ஒரு போட்டி நிறுவனத்தைப்போல், ஒரு முற்றுரிமையர் அவரது தொழிலிலுள்ள இதர நிறுவனங்களின் எதிர்ச்செயலுக்குக் கவனம் செலுத்துவதில்லை. ஏனென்றால், போட்டியிடும் நிறுவனம் ஒன்றும் அதில் இல்லை என்பதைத் தவிர வேறொன்றும் இல்லை. முற்றுரிமை பற்றிய ஆய்வையும் ஒப்பிட்டுக் கூறினால் மிகவும் சுலபம். அதைப் பற்றி அதிகாரம் 6-ல் தொடர்பு கொள்ளுவோம்.

சில்லோர் முற்றுரிமைகள்

ஒரு சில்லோர் முற்றுரிமை என்பது, ஒரு தொழில் அதில் ஒவ்வொரு நிறுவனமும், தான் செய்யும் மாற்றத்திற்கு எதிர்ச்செயலிருக்கலாமென்றும், விலையிலும் இதர முடிவுகளிலும் அதன் போட்டியாளர்கள் கவனம் செலுத்துகிறார்கள் என்பதையும் உணர்கிறது. சில்லோர் முற்றுரிமைத் தொழிலுள்ள (Oligopolistic industry) ஒவ்வொரு நிறுவனமும் போட்டியாளர்களின் எதிர்ச்செயலில் விழிப்புடன் இருப்பதோடு அவற்றிற்கு மறுமொழி கூறத் தயாராக இருக்கிறார்கள் என்பது சொல்லுவதற்குக் கண்கூடான சான்றாகும். இத்தோரணை செயலும் ஊகமுள்ள எதிர்ச்செயலும் சில்லோர் முற்றுரிமைத் தொழில்களிலுள்ள நிறுவனங்களின் முடிவுகளுக்கு ஒரு சிக்கலான போர்த்திறஞ்சார்ந்த உள்பொருளை அறிமுகப்படுத்துகிறது. அப்படிப்பட்ட நிறுவனங்களின் நடத்தைபற்றி முன் கூட்டிச் சொல்லுதற்குப் போட்டியாளர்களுக்கு எவ்வளவு தொல்லை இருக்கிறதோ அவ்வளவு பொருளியல் நிபுணர்களுக்கும் உண்டு.

அமெரிக்கத் தொழிலில் சில்லோர் முற்றுரிமை, காலத்தால் முந்திய மிகவும் பரவியுள்ள சந்தை வகையாக இருக்கிறது. நடைமுறையில்

உங்களால் நினைத்துப் பார்க்கக்கூடிய மிகவும் அறிந்த தொழிற்குறியுடைய ஒவ்வொரு பொருளும் சில்லோர் முற்றுரிமைத் தொழில் உற்பத்தி செய்யப்பட்டவையாகும். இச் சந்தை வகையைப்பற்றி 6ஆம் அதிகாரத்தில் நாம் மேலும் சொல்ல வேண்டியிருக்கிறது.

மேலே குறிப்பிட்டதுபோல, பொருளியல் ஆய்வு அதன் நோக்கு முனைக்கும் ஒப்பட்டு நயத்திற்கும் போட்டிச் சந்தைகளின் இயங்குகிற முறையை உபயோகப்படுத்துகிறது. இச் சந்தைகள் ஆய்வுக்கு எளியனவாகவும், கற்பதற்கு விருத்திசெய்யப்பட்ட கருத்துகள் இதர வகையான சந்தைகளை ஆய்வதற்கும் பயன்படத்தக்கனவாகவும் உள்ளன, ஒரு போட்டிச் சந்தையின் இயங்குமுறையை நாம் இப்போது பார்ப்போம்.

ஒரு போட்டித்தொழில் அளிப்பு

பொருளியல் நிபுணர்கள் அச் சொல்லைப் பயன்படுத்துவதுபோல், ஒரு போட்டித் தொழிலுக்கு இரண்டு தனிச் சிறப்புக் குறிகள் இருக்கின்றன. எந்த விற்பனையாளரிடம் வாங்கவேண்டுமென்ற பலமான விருப்பத்தேர்வு நுகர்வோர்களுக்குக் கிடையாது. ஆனால், அந்த நிலையில் குறைந்த விலை விதிக்கும் நிறுவனத்தை நாடுகிறார்கள் என்பது அவற்றில் ஒன்று. மற்றொன்று, குறிப்பிடத்தக்க நிறுவனத்தின் நிர்வாகி, அவரது போட்டியாளர்கள் மறுமொழி கூறுவது; அல்லது விலைமாற்றத்திற்கு எதிர்ச்செயல் செய்வது; அல்லது அவர் எடுக்கும் இதரமுடிவு ஆகியவற்றை எதிர்பார்ப்பதில்லை. இந்தக் குணாதிசயங்களைப் பெற்றிருக்க, ஒரு தொழில் ஓரேமாதிரி அளவுள்ள போதுமான எண்ணிக்கையைக் கொண்டிருக்கவேண்டும் (அவற்றில் ஏதும் தெளிவாகத் தெரியாதபடி போதுமான). மேலும் எல்லா நிறுவனங்களும் செய்யும் பொருள்கள் முழுக்க நயப்படுத்தப்படாவிட்டாலும், ஓரே மாதிரியாக இருக்கவேண்டும். தொழில் குறிப்பழக்கத்திற்கு வராத துணித் தொழிலில் ஒரு பகுதியிலும் பல விவசாயக் கிளைகளிலும் மிகவும் பழக்கமுள்ள போட்டித் தொழில்கள் இருக்கின்றன. ஆனால், போட்டி-தொழில்நுட்பப் பொருளில்-விலைசாதகமாய் இருக்கையில் யாரிடம் வாங்கவேண்டும் என்ற கவலையற்றவர்களும், விளம்பரம் அல்லது கவர்ச்சிப் பொதியுறையால் சுலபமாகக் கவர்ச்சிக்குள்ளாகாத வாடிக்கையாளர்களான வணிகர்களுள்ள தொழிலில் நன்றாகச் செழித்தோங்குகிறது. மெல்லிய இயந்திரக் கடைகள், அச்சுத் தொற்சாலைகள் முதலிய தொழில்கள், மற்ற தொழில்களுக்குச் சேவை செய்யும் மாதிரிப் போட்டித்தொழில்களாக இருக்கின்றன.

ஒரு போட்டித் தொழிலில் ஒரு வணிகனுக்குத் திறந்துள்ள மிக முக்கியமான முடிவு, அவன் விதிக்கும் விலையாகும். ஆனால், இம்

முடிவை எடுக்கையில், அவன்போட்டி நெருக்கடியால் சூழ்ந்து வளைந்துக்கொள்ளப்படுகிறான் என்பதால், தேர்விற்கு அவனுக்கு உண்மையான வழிகிடையாது என்றும் சந்தையின் கருணையில் அவன் இருக்கிறான் என்றும் அடிக்கடி நினைக்கிறான். வணிகர்களின் நோக்கு நிலையிலிருந்து சூழ்நிலையைக் கவனி. ஒரு நேரத்தில் அவன் ஒரு குறிப்பிட்ட விலை விதிக்கிறான். அவனது போட்டியாளர்களும் அதையே செய்கிறார்கள். விலையை உயர்த்த அவனுக்கு உரிமை யுண்டு. ஆனால், அப்படிச் செய்தால் அவனது வாடிக்கையாளர்கள் அவனைக் கைவிட்டு அவனது போட்டியாளர்களிடம் சேர்வார்கள். வணிகர்கள் தங்களால் சமாளிக்கமுடியாத அளவுக்கு வாடிக்கைக் காரர்களைப் பெற்றிருக்காவிட்டால் அல்லாமல், அவர்களுடைய போட்டியளர்கள் விலையை உயர்த்தும் நிலையில் உள்ளார்கள் என்ற நம்பிக்கையான காரணம் இல்லாவிட்டால், அவன் அதை உண்மை யான விருப்பத் தேர்வெனக் கருதமாட்டான். எனவே, அஃது ஒரு கவர்ச்சியற்ற தோற்றமாக இருக்கிறது. மற்றொரு சார்பில், அவன் விலையைக் குறைக்காலாம். இத் தேர்ந்தெடுப்பின் விளைவுகள் அதிகச் சிக்கலானவையாகும். தொழிலுள்ள இதர நிறுவனங்களிடமிருந்து வாடிக்கையாளர்களை விரைவில் கவரமுடியும் என்பது ஒரு பயன் முடிவாகும். ஆனால், கூடுதலான விற்பனையால் கிடைக்கும் லாபம், விலையைக் குறைக்காமிலிருந்தால் அவனுக்குக் கிடைக்கும் லாபத்தை விட ஒவ்வொரு விற்பனையில் கிடைக்கும் லாபம் குறைவாக இருக்கு மென்பதால் அதைச் சரிகட்டிவிடும். இவ்விரு விளைவுகளையும் ஒவ் வொன்றிற்கும் எதிராகத்தூக்கி மதிப்பிடவேண்டும். எடுத்துக்காட்டாக ஒரு நிறுவனம் ஒரு மாதத்தில் 10 டாலர் விலையில் 1,000 அலகுகளை விற்கிறதென்றும், ஒவ்வோர் அலகுக்கும் 6 டாலர் உற்பத்திச் செல வாகிறதென்றும் அந்த நிறுவனம் அந்தச் செலவில் 1,500 அலகுகளை ஒரு மாதத்தில் உண்டாக்க முடியுமென்றும் ஊகித்துக்கொள். விலையை 9 டாலராகக் குறைத்தால் அவன், அவனது முழு உற்பத்திப் பொருளை விற்கமுடியும் என்று அந்த வாணிகன் மதிப்பிடுகிறான். அவன் அப்படிச் செய்தால் நடப்பு விற்பனையில் ஒரு மாதத்திற்கு 1,000 டாலரை அவன் இழந்துவிடுவான். இருந்தாலும், 3 டாலர் லாபத்தில் கூடுதலான 500 அலகுகளை ஒரு மாதத்தில் விற்கிறான். அப்படிப் பட்ட சூழ்நிலைகளில் விலையைக் குறைக்க அவன் முற்படலாம்.

அதே நேரத்தில், அதே நிலையில் இருக்கும் அவனது போட்டி யாளர்கள், அதே காரணத்திற்காக விலையைக் குறைப்பார்கள். இதன் விளைவாக ஒரு போட்டித் தொழில், இதற்கு மேலும் குறைப்பது விரும்பத்தக்கதன்று. ஆதலால், ஒரு குறைந்த மட்டத்தை நோக்கி விலை சாயும். ஏனென்றால், அந்த விலையில் நிறுவனங்கள் எவ்வளவு விற்கமுடியுமோ அவ்வளவும் விற்றுக்கொண்டிருக்கின்றன. முழுமை

யாகப் புறத்தோற்ற சகாப்தங்களை ஒதுக்கி, ஒரு போட்டித்தொழிலி லுள்ள ஒரு நிறுவனம், அதன் விலையைக் குறைக்கவோ, அல்லது ஏற்றவோ ஆன உண்மையான சந்தர்ப்பம் அதற்குக் கிடைப்ப தில்லை. தன் சக்திக்கு அப்பாற்பட்ட போட்டி நிலைகளால் ஏற்படுத் தப்பட்டதாகத் தோன்றுகிற சந்தை நடப்பு விலையை அது விதிக்கிறது.

தனிப்பட்ட நிறுவனங்கள் ஒத்துக்கொள்ளும் நிலவும் விலையை எது தீர்மானிக்கிறது என்பதைப் புரிந்துகொள்வதற்குப் பொருளியல் நிபுணர்கள் கவலைப்படுகிறார்கள். செய்திக் குறிப்புகளின் இரண்டு தொகுதிகளை இத் தீர்மானம் பின்தொடர்கிறது. பலத்தரப்பட்ட சந்தை விலைக்குப் பொருள்களை வாங்கும் நுகர்வோர்கள் எவ்வாறு நடந்து கொள்ளுகிறார்கள் என்பதைச் சுட்டிக்காட்டுகிறது. அவற்றில் ஒன்று, நமது அடுத்த அக்கறை; தொழிலில் உள்ள வணிகர்கள் வேறு பட்ட விலைக்கு எவ்வாறு எதிர்த்துச் செயலாற்றுகிறார்கள் என்பதை விளக்கிக் கூறுவது மற்றொன்றாகும்.

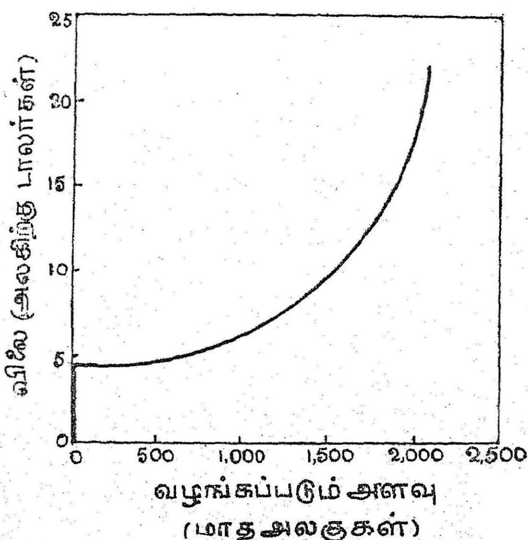
கூடுதலான விற்பனையால் வரக்கூடிய லாபத்தைப் பெரும்பாலும் வணிகர்களின் எதிர்ச்செயல்கள் சார்ந்துள்ளன என்பதை நாம் ஏற்கெனவே பார்த்தோம். அவை மேலும் கூடுதலான உற்பத்திப் பொருளின் உற்பத்திச் செலவுக்கும் விலைக்குமுள்ள தொடர்பைச் சார்ந்துள்ளது. மேலுள்ள நமது சிறிய எடுத்துக்காட்டில், செலவுப் பக்கத்தின் உவமையை மிகவும் எளிபதாக எடுத்துக்கொண்டோம். இப் போது சில சிக்கலானவற்றைக் கணக்கில் எடுத்துக்கொள்ளவேண்டும். நமது நெருக்கடியான எளிமை, அந்த நிறுவனத்தின் நெகழ்ச்சியற்ற திறமை, உற்பத்தி, உற்பத்திச் செலவைப் பாதிக்காமல் அடையப்படு கிறது என்று நடிப்பதில் வைக்கப்படுகிறது. இஃது ஏறத்தாழ நிகழக் கூடியதன்று. நடப்பு உற்பத்தி எதுவாக இருந்தாலும், உகந்ததாக இருந்தால், சில கூடுதலான பொருள்களை ஒரு நிறுவனம் உற்பத்தி செய்யும் என்பது இயல்பாக இருக்கிறது. அது மிகுநேரம் (over time) இயங்கலாம்; அல்லது ஒரு கூடுதலான பணிமுறை மாற்றத்தை ஏற்படுத்தலாம். பதில் திரட்டுதல்களை (Sub assemblies) வாங்க முடியும். தொழிற்சாலையில் அதிக வேலையையும் தொழிலாளி யையும் அதிகரிக்கலாம்; வெகுமதி (Bonus) அளிக்க முன்வரலாம்; அல்லது கூடுதலான உற்பத்திக்கு இதரத் தூண்டுகோல் அளிக்கலாம். இந்த எல்லாத் தகுமுறைகளும் பெருஞ்செலவுள்ளவை. ஆனால், கருத்தென்னவென்றால் அவை கிடைக்கின்றன; போதிய உயர்ந்த விலை நியாயமானதாக இருந்தால் அவற்றையெல்லாம் உபயோகப் படுத்தலாம். அப்படியாக நமது நிறுவனம், அது விதிக்கும் விலையைப்

பொருட்படுத்தாமல் மாதத்திற்கு 1,500 அலகுகளை உற்பத்தி செய்யும் உறுதியான திறமையைப் பெற்றிருக்கிறது என்று சுலபமாக ஊகித்துக் கொள்ளலாம். ஓர் அலகு 9 டாலர்கள் விலையில் அந்த அளவைச் செய்து கொடுக்கத் தயாராக இருக்கும். ஒரு கூடுதலான விலையில் உற்பத்தியின் அளவை அதிகரிக்க, அதிகச் செலவில் கூடுதலான தொழிலாளிகளை எடுக்கும். அதைவிட உயர்ந்த விலையில், நிறுவனம் மிகைநேரம் இயங்குவது பயனுடையது என்று கண்டுகொள்ளும். குறைவான விலையில், உற்பத்தியின் அளவைக் குறைப்பதாக இருந்தாலும், அது செலவைச் சீர்ப்படுத்த முயற்சி செய்யும்.

ஒரு போட்டியிடும் நிறுவனம் உண்டாக்கி விற்கத் தயாராக இருக்கும் பொருளின் அளவு விலையைச் சார்ந்துள்ளது என்பதை நாம் கண்டுணரவேண்டும் (அதை அது தேர்ந்தெடுக்கிறது என்பதை நினைவில் வை). நடப்பு விலை மிகவும் உயர்வாக இருந்தால், அந்த நிறுவனம் தற்போது விற்கும் அளவைவிட அதிகமான அலகுகளை லாபகரமாக உற்பத்தி செய்யும். மேலும் விற்பனையைக் கவர, அதன் விலையைக் குறைக்க, அந்த நிறுவனம் தூண்டப்படும். மற்றொரு சார்பில், விலை மிகவும் குறைவாக இருந்தால், அந்த நிறுவனம் லாபகரமாகக் கையாளுகின்ற வாடிக்கையாளர்களைவிட அதிகம் பெற்றிருந்தால், விலையை உயர்த்த அந்த நிறுவனம் மயக்கி வசப் படுத்தப்படும். அதனால், குறிப்பாகப் போட்டியிடும் நிறுவனங்கள் அதைப்போல் அதிகமாகப் பாரமுள்ளனவாக இருக்கின்றன என்று கருதினால், அதன் காரணமாக விற்பனைக் குறைவு கட்டுப்படுத்தப்பட்டால், அந்த நிறுவனங்கள் சில விற்பனையைக் கைவிடும். இறுதியாக, அப்போது விற்றுக் கொண்டிருக்கும் அளவு அந்த விலையில் மிகவும் லாபகரமாய் இருக்கிறது என்று கருதி அந்த நிறுவனங்கள் நடப்பு விலையுடன் மனநிறைவு பெறும்.

ஒரு போட்டித் தொழிலிலிருக்கும் நிறுவனத்தின் நடத்தையைத் தீர்மானிக்கும் மிகவும் முக்கியமான காரணியை நாம் இப்போது கண்டுணர்ந்துள்ளோம். பொருளின் விலைக்கும் அந்த நிறுவனம் மிகவும் லாபகரமாக உற்பத்தி செய்யும் அளவிற்குமுள்ள தொடர்பு இதுதான். இந்தத் தொடர்பு அளிப்பு வளைகோடு (Supply curve) அல்லது அளிப்பு அட்டவணை (Supply schedule) என்று தெரியப் படுகிறது. ஒவ்வொரு நிகழும் விலையில் அந்த நிறுவனம் எந்த அளவு விற்க விரும்புகிறதென்பதை அளிப்பு வளைகோடு குறிப்பாகச் செல்லு கிறது. அதன் உருவம் பொருளின் வேறுபட்ட அளவு உற்பத்திச் செலவை முதலாவதாகச் சார்ந்துள்ளது. அதை மிகவும் கவனமாக அடுத்த அதிகாரத்தில் கற்கலாம்.

பொருளியல் ஆய்வுக்கு அளிப்பு வளைகோடு மூலக் கருவி களில் ஒன்ருக இருக்கிறது. ஆகையால், எடுத்த எடுப்பில் அதனுடன் பழகிக்கொள்வது மிகவும் நலம் பயக்கும். விலை அதிகரிக்கும்பொழுது நிறுவனம் கண்டுள்ள லாபகரமான அளவு மெதுவாக அதிகரிக்கிறது என்று ஊகித்தல் நியாயமான ஒத்திருத்தலாகும். அது மாதிரி அளிப்பு வளைகோடு அட்டவணை 2 - 1-லும் படம் 2 – 1-லும் காட் டப்பட்டுள்ளது. படத்தைக் கவனமாகப்படி. நிகழும் விலை செங்குத் தான அச்சிலும் மாத உற்பத்திப் பொருள் படுகிடை அச்சிலும்



படம் 2—1

ஒரு நிறுவனத்தின் அளிப்பு வளைகோடு; ஒவ்வொரு போட்டியிடும் நிறுவனமும் ஒவ்வொரு சந்தையின் விலையில் விற்க விரும்பும் அளவை வளைகோடு காட்டுகிறது.

காட்டப்பட்டுள்ளது. அளிப்பு வளைகோடு வரைந்து காட்டப் பட்டுள்ள அந்த நிறுவனம் 4 டாலர் அல்லது அதற்குக் கீழுள்ள விலையில் உற்பத்தி செய்வது லாபகரமில்லை என்பதைக் காட்டு கிறது. 4 டாலர் விலைக்கு மேல் பார்க்கும்பொழுது உற்பத்திப் பொருளின் லாபகரமான விலை முதலில் துரிதமாக ஏறுகிறது. ஆனால் பின்னர், பலத்த தடைகள் அதிகரிக்கும்போது அதிக உற்பத்தி மெதுவாக எதிர்க்கப்படுகிறது. 5 டாலர் விலையில் அந்த நிறுவனம்

மாதத்திற்குக் கிட்டத்தட்ட 600 அலகுகளை உற்பத்தி செய்ய விரும்பு கிறது. 9 டாலரில் அந்த நிறுவனம் மிகவும் லாபகரமான மாதத் திற்கு 1,500 பொருள்களைக் கண்டு கொள்ளும். 20 டாலரில் லாபகர மான உற்பத்தி ஏறக்குறைய 2,070 ஆக மெதுவாக அதிகரிக்கும். ஏனென்றால், அந்த நிறுவனம் முழுமையான உச்ச நிலைக்கு அருகில் போய்க் கொண்டிருக்கும்.

நடைமுறையில், ஒரு நிறுவனத்தின் அளிப்பு வளைகோடு படத்தி லுள்ள ஒன்றைவிடக் குறைவான வழக்கையானதாக இருக்கமுடியும். ஏனென்றால், அதிக உற்பத்திக்கு வேறு பல தடைகள் செயல்படுத்தப் படுவதால், செலவு மாற்றத்தை நோக்கித் திடீரென்று சாயும். ஆனால். இந்த ஒழுங்கற்ற தொகுதிகள் வரைந்து காட்டப்பட்டுள்ள அடிப்படை நிலையைவிட மிகவும் குறைந்த முக்கியத்துவமாக இருக்கின்றன.

ஒவ்வொரு நிறுவனங்களுக்கான பட உருவம் ஒருவாறு வேறு பட்டிருக்க நேரிட்டாலும், மேலே விளக்கப்பட்ட அளிப்புக் கோட்டை ஒத்த ஒன்று தொழிலின் ஒவ்வொரு நிறுவனத்திற்கும் இருக்கும். ஒவ்வொரு விலையிலும், ஒவ்வொரு நிறுவனமும் மிகவும் லாபகரமானது என்று காணும் ஓர் அளவு இருக்கும். இந்த அளவுகளையெல்லாம் சேர்த்தால், அந்த அளவு முழுத் தொழிலுக்கும் அந்த விலை மிகவும் சாதகமானது என்பதை நாம் காணலாம். எடுத்துக்காட்டாக, 9 டாலர்கள் விலையில் தொழிலிலுள்ள ஒரு நிறுவனம் ஒரு மாதத்திற்கு 1,500 அலகுகளை விற்க விரும்பலாம். இரண்டாவது 2,000 அலகு களையும், மூன்றாவது 1,100 அலகுகளையும் விற்க விரும்பலாம். விரும்பிய அளிப்புகளையெல்லாம் கூட்டிப் பார்த்தால் 9 டாலர் விலை யாக இருக்கும்பொழுது முழுத்தொழில் மாதத்திற்கு 75,000 அலகு களை விற்க விரும்பும் என்பதை நாம் காணலாம். எந்த விலைக்கும் அதையொத்த தொழிலின் அளிப்பு வளைகோட்டை விளக்கமுடியும்.

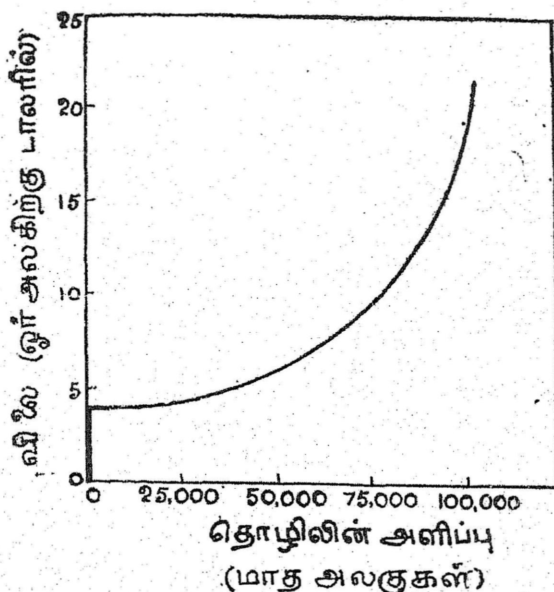
அட்டவணை 2—1

ஒரு போட்டி நிறுவனத்தின் அளிப்பு வளைகோடு ஒரு போட்டி நிறுவனம் உயர்ந்த விலையில் மிக அதிகமான ஓர் அளவை அளிக்கும்.

விலை (டாலரில் ஓர் அலகு)		அளிப்பு அளவு (மாத அலகுகள்)
டாலர் 4	...	0
5	...	580
7	...	1,180
9	...	1,500

விலை (டாலரில் ஓர் அலகு)		அளிப்பு அளவு (மாத அலகுகள்)
11	...	1,700
13	...	1,825
15	...	1,920
17	...	2,000
19	...	2,040

பல்வேறு விலைக்கான தொழில் அளிப்பைக் காட்டும் அந்த வளை கோடு தொழிலின் வளைகோடாகும். இது மற்றொரு முக்கியமான கருத்தாகும். ஒரு போட்டித் தொழிலின் அளிப்பு வளைகோடு நிகழும் ஒவ்வொரு விலையில் தொழிலின் எல்லா நிறுவனங்களும் விற்க விரும்பும் பொருளின் அளவைக் காட்டுகிறது. நாம் பேசிக் கொண்டிருக்கும் தொழிலுக்கான அளிப்பு வளைகோடு படம் 2—2-ல் காட்டப் பட்டுள்ளது.



படம் 2—2

போட்டித் தொழிலின் அளிப்புக்கோடு; ஒவ்வொரு விலையில் அளிக்கப்படும் அளவு அந்த விலையில் தனி நிறுவனர்கள் அளிக்கும் மொத்த அளவாகும்.

மொத்தத் தொழில் உற்பத்தியில் ஐம்பதில் ஒரு பாகத்தை நாம் ஆராயும் குறிப்பிட்ட நிறுவனம் அளிக்கிறது என்ற ஊகத்தின்மேல் அது வரையப்பட்டுள்ளது. இந்த வளைகோடு நிறுவனத்தின் அளிப்பு வளைகோட்டைப் போன்ற முறையில் பொருள்படுத்தப் பட்டுள்ளது. எடுத்துக்காட்டாக, மாதத்திற்கு 75,000 அலகுகள் சேர்க்கப்பட்ட எல்லா நிறுவனங்களும் 9 டாலர் விலையில் விற்க விரும்புகின்றன என்பதை அது காட்டுகிறது. மாதத்திற்கு 75,000 அலகுகளுக்கு மேல் விற்கப்பட்டால், உற்பத்திச் செலவு 9 டாலருக்கு மேலுள்ள அளவை அவற்றில் சில நிறுவனங்கள் விற்க வேண்டி யிருக்கும்; அஃதாவது, அவ் விற்பனையில் அவை பணத்தை இழக்கும். குறைவாக விற்கப்பட்டால், அந்த நிறுவனங்களில் சில விலையைக் குறைப்பது சாதகமாகும் என்று நினைக்கும்.

தனிப்பட்ட நிறுவனங்களுக்கான அதையொத்த ஊகம் செய்வ தைக் காட்டிலும் தொழிலின் அளிப்பு, விலை அதிகரிப்பதைப்போல் சமமாக வளர்கிறது என்று ஊகிப்பது சிறந்த நியாயமாக இருக்கிறது. ஏனென்றால், வேறுபட்ட நிறுவனங்களுக்கான பல்வேறு உற்பத்தி அளவின் உற்பத்திச் செலவுகளில் திடீர் மாற்றங்கள் ஏற்படுகின்றன. ஆனால், நிறுவனங்களின் அளிப்புக் கோடுகளைச் சேர்க்கும்பொழுது, அது சமநிலமாக்கப்படுகிறது. ஒரு போட்டித் தொழிலின் நடப்பு முறையைத் தீர்மானிக்கும் இரண்டு அடிப்படை விவரங்களில் ஒன்றாகத் தொழிலின் அளிப்பு வளைவு இருக்கிறது. பொருளை வாங்கு பவர்களின் எதிர்ச்செயலை மற்றோர் ஒப்புக்கொள்ளப்பட்ட தொகுதி குறிக்கிறது. இப்போது அதைப்பற்றிக் கவனிப்போம்.

நுகர்வோர்களின் எதிர்ச்செயல்கள்: தேவை வளைகோடுகள்

ஒரு போட்டிச் சந்தையில் நுகர்வோர்களின் நடப்புமுறை உற்பத்தியாளர்களைக் காட்டிலும் மிகவும் நேர்மையானதாக இருக் கிறது. அஃது ஏனென்றால், அவர்கள் விற்கும் பொருளின் அளவைக் கட்டுப்படுத்த முடியாதபடி விதிக்கும் விலையை உற்பத்தியாளர்கள் குறிப்பிட வேண்டியிருக்கிறது. அப்படி யிருக்க வாங்குபவர்கள் ஒன்றும் செய்யாது விலையை ஏற்று, அந்த விலையில் அவர்கள் விரும்பும் அளவை வாங்குகிறார்கள். அதிகாரம் 5-ல் விலைமாற்றங் களில் நுகர்வோர்களின் எதிர் வினைவுகளைப்பற்றி நாம் விரிவாக விவாதிப்போம், விலை அதிகமாக இருக்கும்பொழுதைக் காட்டிலும், விலை மலிவாக இருக்கும்போது, மக்கள் பொருளை அதிகமாக வாங்கிப் பயன்படுத்த விரும்புகிறார்கள் என்ற, ஒவ்வொருவரும் அறிந்த அடிப் படையைத் தற்சமயம் செயற்படுவோம். ஒரு பொருள் அதிக விலை

யுள்ளதாக இருக்கும்பொழுது, குறைவாகப் பயன்படுத்தப்படுகிறது என்பதும், அதே திருப்தியைக் கொடுத்தால் மலிவான பொருள்களை அதற்குப் பதிலாகப் பயன்படுத்துவார்கள் என்ற வணிக நிறுவனங்களைப் பற்றியதுமான அதே உண்மைதான் தனி நுகர்வோர்களுக்குமாகும். சுருக்கமாக ஒரு பொருளின் விலை உயர்ந்திருந்தால் நுகர்வோர்கள் அதைக் குறைவாக வாங்க விரும்புகிறார்கள்.

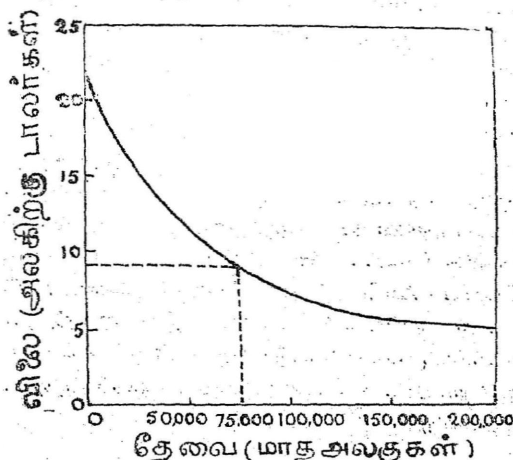
இக் கருத்துத் தேவை வளைகோட்டால் அளவைக்குரியதாகக் கூறப்பட்டது. அது நாம் கற்ற அளிப்பு வளைகோட்டை ஒத்துள்ளது. ஒரு பொருளுக்கான தனிப்பட்டவரின் தேவை வளைகோடு, விதிக்கப்படும் ஒவ்வொரு விலையில் அவன் எவ்வளவு வாங்க விரும்புகிறான் என்பதைச் சொல்லுகிறது. தனிப்பட்டவர்கள் எல்லாம் கொடுக்கப்பட்ட விலையில் வாங்க விரும்பும் அளவையெல்லாம் சேர்த்தால், அந்த விலையில் பொருளுக்கான மொத்தச் சந்தையின் தேவையை நாம் பெற முடியும். பல்வேறுபட்ட விலைகளில் அதே செயலைச் செய்து அவ் விலைகளுக்குச் சந்தைத் தேவையை நாம் பெறலாம். பல்வேறுபட்ட விலையில் சந்தைத் தேவையின் ஓர் அட்டவணை அல்லது வரைபடம் முழுத்தொழில் அவ் விலைகளி்ல எந்த அளவு பொருள்களை விற்க முடியும் என்பதைக் காட்டுகின்றன. இதுதான் சந்தைத் தேவை வளைகோடாகும்.

அட்டவணை 2—2

பல்வேறு விலைகளின் விற்கப்படும் பொருளின் அளவைக் காட்டும் தேவை வளைகோடு

விலை (அலகு டாலரில்)		தேவைப்படும் அளவு (மாத அலகுகள்)
டாலர் 3	...	330,000
5	...	175,000
7	...	110,000
9	...	75,000
11	...	52,000
13	...	36,000
15	...	24,000
17	...	15,000
19	...	8,000
21	...	2,000
22	...	0

ஒரு சந்தை தேவை வரைகோட்டின் பொதுத்தோற்றம் அட்டவணை 2—2-லும் படம் 2—3-லும் காட்டப்பட்டுள்ளது.



படம் 2—3

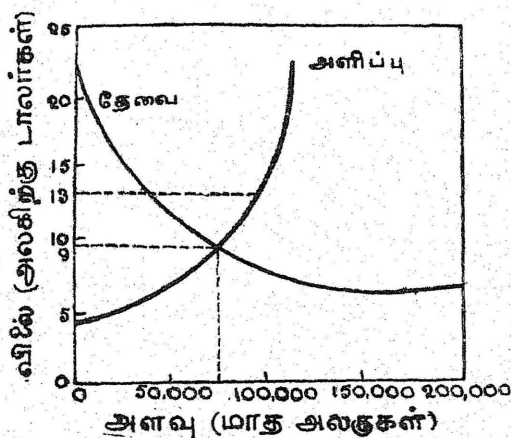
ஒரு தேவை வரைகோடு: ஒவ்வொரு விலையிலும் நுகர்வோர்கள் வாங்க விரும்பும் அளவை வரைகோடு காட்டுகிறது.

இச் செய்திக் குறிப்புகளின்படி ஓர் உச்சநிலை விலை இருக்கிறது. அந்த விலையில், அஃதாவது, 22 டாலரில் அந்த அளவு பொருள்களும் விற்கப்படும். வரம்புக்குக் கீழ் மிகு தொலைவில் விலை இருந்தால், அதிகமான மக்கள் வாங்க விரும்புவார்கள். ஓர் அலகின் விலை 9 டாலராக இருக்கும்பொழுது, தேவை (அதுதான் நுகர்வோர்கள் வாங்க விரும்பும் அளவு) ஒரு மாதத்திற்கு 75,000 அலகுகளாக இருக்கிறது. இன்னும் குறைவான விலையில் இன்னும் அதிகமாக விரும்பப்படுகிறது. மிகவும் குறைந்த விலையில் வரைகோட்டில் பொருத்தப்பட முடியாத அளவு தேவைப்படும் வரைக்கும்.

போட்டிச் சந்தையின் நடப்பு முறையைத் தீர்மானிக்கும் இரண்டாவது முக்கியத்துவம் பெற்றது தேவை வரைகோடாகும். தேவை வரைகோட்டுடன் ஒன்று சேர்ந்து, அஃது உற்பத்தி செய்யப்படும் பொருளின் அளவையும் விற்கப்படும் அளவையும் தீர்மானிக்கிறது. மேலும் அஃது அணையிடும் விலையையும் தீர்மானிக்கிறது.

அளிப்பு, தேவை ஆகியவற்றின் பின்னிய செயல் விளைவு.

அளிப்பு, தேவை வளைகோடுகள் பொருளின் விலையையும் உற்பத்தி செய்யப்படும், நுகரப்படும் அளவைத் தீர்மானிக்கும் எல்லாச் செய்திக் குறிப்புகளையும் அடக்கியுள்ளது. நுகர்வோர்களின் விருப்பங்கள் (பலவேறு விலைகளில் எவ்வளவு வாங்க விரும்புகிறார்கள்) உற்பத்தியாளர்களின் திறமைகள் (பல் வேறு விற்கும் விலையில் லாபகரமாக எவ்வளவு உற்பத்தி செய்ய முடியும்) என்ற இரண்டையும் வெளிப் படுத்துகிறது. இந்தச் செய்திக் குறிப்புகள் ஒன்ருகச் சந்தையில் கொண்டு வரப்படுகின்றன. அஃதாவது பொருள்களை வாங்கும்-விற்கும் மக்களின் செய்கைகளை இஃது எப்படி நடக்கிறது என்பதை அளிப்புத் தேவை வளைகோடு காட்டுகிறது. அளிப்பு, தேவை வளை கோடுகளை ஒரு தனியான வரைபடத்தில் எழுதினுல் ஒவ்வொரு விலையில் எவ்வளவு அளிக்கப்படுகிறது என்றும் எவ்வளவு தேவைப் படுகிறது என்றும் நாம் சுலபமாக ஒப்பிடமுடியும். இது படம் 2—4-ல் செய்யப்பட்டுள்ளது.



படம் 2—4

ஒரு போட்டிச் சந்தையின் தேவை அளிப்பு வளை கோடுகள். விற்கப்படும் அளவையும் விலையையும் இவ்விரண்டு கோடுகளும் இணைந்து தீர்மானிக்கின்றன

படம் 2—4-ல் உள்ள இரண்டு வளைகோடுகளும் நாம் ஏற்கெனவே பார்த்தவைதாம். வரைபடத்தில் அவை இரண்டும் சந்திக்கும் புள்ளி

மிகவும் முக்கியமான புள்ளியாகும். விலை 9 டாலராக இருந்தால், மேலும் உற்பத்தியாளர்கள் மிகவும் லாபகரமாக அந்த விலையில் விற்கக் கண்டுபிடிக்கும் அளவுகளைக் கூட்டினால், மாதத்திற்கு மொத்தம் 75,000 அலகுகளில் நாம் போய்ச் சேர்வோம் என்பதை அது காட்டு கிறது. உடனிகழ்வாக (Simultaneously) விலை 9 டாலராக இருக்கும் பொழுது வாடிக்கையாளர்கள் மாதத்திற்கு 75,000 அலகுகளை வாங்க விரும்புகிறார்கள் என்பதைக் காட்டுகிறது. ஒவ்வொருவரின் நோக்கு நிலையில் இஃது ஒரு மிகவும் ஒத்துக்கொள்ளக்கூடிய விலையாக இருக் கிறது. முதல் அதிகாரத்தில் நாம் விளக்கியதுபோல், இது சமநிலை விலையாகும், அந்த விலையில் மக்கள் வாங்க விரும்பும் அளவும் விற்க விரும்பும் அளவும் சமமாக இருக்கும்.

மேலும் ஒரு போடிச்சந்தை சமநிலை விலையான அதை நோக்கி இயல்பாகச் சாயும். சில காரணங்களால் நடப்பு விலை அதிகமாக, 13 டாலர் என்று வைத்துக்கொண்டால் (இருப்பதாக எண்ணிக் கொள்), அந்த விலையில் மொத்த உற்பத்தியாளர்கள் மாதத்திற்கு 90,000 அலகுகளை லாபகரமாக விற்க விரும்புவார்கள். ஆனால், நுகர்வோர்கள் 36,000 அலகுகளை மட்டும் வாங்க விரும்புகிறார்கள். தவிர்க்க முடியாமல் சில உற்பத்தியாளர்கள் அவர்கள் அந்த விலைக்கு விற்க விரும்புவதைவிட, மிகவும் குறைவாக விற்றுக்கொண்டிருப் பார்கள். நமது குறிப்பிடத்தக்க, படம் 2—1-ல் உள்ள உற்பத்தியாளர் எடுத்துக்காட்டாக, 13 டாலர் விலையில் மாதத்திற்கு 1825 அலகுகளை லாபகரமாக உற்பத்தி செய்வதுடன் ஒப்பிட்டால், மாதத்திற்கு 700 அலகுகளை விற்றுக் கொண்டிருப்பார். அவர், அவரது விலையை 12 டாலராகக் குறைத்தால், அவரது ஒவ்வொரு நடப்பு விற்பனையில் ஒரு டாலர் வீதம் மொத்தம் 700 டாலரைக் கைவிடுவார். ஆனால், ஒரு போட்டிச் சந்தையில் மற்றவற்றைவிட விலைகுறைவாகக் கொடுக்கும் நிறுவனத்திற்கு வாங்குபவர்கள் கவரப்படுவதால், அவர் விற்பனையில் மிகவும் அதிகரிப்பை எதிர்பார்க்கலாம். ஒரு வேளை 1200 அலகுகள் அல்லது அதற்கு மேலும் அதிகரிக்கலாம். ஆனால், விலை 7 டாலராக மிகவும் குறைவாக இருந்தால், இந்த நிறுவனம் 1,200 அலகுகளை மிகவும் லாபகரமாக விற்கமுடியும் என்பதை அட்டவணை 2—1-ல் நாம் தெரிந்துகொண்டோம். தெளிவாக ஒவ்வோர் அலகையும் 12 டாலருக்கு விற்பதால், ஒவ்வோர் அலகுக்கும் 5 டாலர் லாபத்தைப் பெறலாம். விலை குறைப்பால் கவரப்பட்ட கூடுதலான 500 அலகுகளின் விற்பனை மாதத்திற்குக் குறைந்தது 2,500 டாலர்கள் லாபத்தைக் கூட்டும், அல்லது சுமார் நடப்பு விற்பனையால் குறையும் லாபத்தைப்போல் 4 மடங்காகும். அந்த ஒரு தூண்டுதலுடன் எதிர்க்கப்பட்டு, இந்த நிறுவனமும் அதைப்போல் அமையப்பட்ட

மற்றவையும் அவற்றின் விலையைக் குறைக்கும். முதலில் 12 டாலருக்கு, ஒருவேளை அதே காரணங்களால், இன்னும் சமநிலை விலையாகிய 9 டாலரை அடையும் வரைக்கும் குறைக்கலாம்.

நடப்பு விலை சமநிலை விலைக்குக்கீழ் இருந்தால், அதுபோன்ற அழுத்தங்கள் விலையை உயரச் செய்கின்றன. நடப்பு விலை 7 டாலர் என்று வைத்துக்கொள். இந்தக் குறைவான விலையில் உற்பத்தியாளர்கள் மாதத்திற்கு 60,000 அலகுகள்மட்டும் உற்பத்தி செய்வது பயனுடையதாகக் கருதுவார்கள். அதே நேரத்தில் நுகர்வோர் 110,000 அலகுகளை வாங்க விரும்புகிறார்கள். குறிப்பிடத்தக்க நிறுவனம் லாபகரமாக உற்பத்தி செய்ய முடிவதைக் காட்டிலும் நுகர்வோர் அதிகமாக உத்தரவிடுவதைக் காட்டும். அது விலையை உயர்த்தினால், அதன் வாடிக்கையாளர்கள், அதன் போட்டியாளர்களிடமிருந்து வழங்கப்படமாட்டாது. ஏனென்றால், அவையும் இதைப் போல் விடாமுயற்சியுடன் இருக்கின்றன என்று அதற்குத் தெரியும். அது விலையை உயர்த்தி, ஒரு குறிப்பிடத்தக்க நட்டத்தை அடையாமல் ஒவ்வொரு விற்பனையாலும் அதன் லாபத்தை அதிகரிக்க முடியும். ஆகையால் ஒவ்வொரு நிறுவனமும், விலையை உயர்த்த பலத்த தூண்டுதலில் இருக்கிறது. இந்தத் தூண்டுதல் சமநிலையை அடையும் வரை இருக்கிறது.

இப்படியாகச் சமநிலை விலையும் ஒத்திசைவான உற்பத்தி அளவு விற்பனைகளுமான தனித்தன்மை வாய்ந்த மதிப்புகளை நோக்கி, ஒரு போட்டிச் சந்தை நகர ஆரம்பிக்கும். இச்சமநிலைத் தொழிலின் அளிப்பு, தேவை வளைகோடுகளால் முழுக்க தீர்மானிக்கப்படுகிறது. அதனால் தான் அவை, மிகவும் முக்கியமானவையாக இருக்கின்றன. நிச்சயமாக, இந்தப் பகுதியைப் படிக்கும் நாளில் அல்லது மற்றொரு நாளில் வாங்குபவர்களும் விற்பவர்களும் எதிர்த்துச் செயலாற்றுவதற்கு நேரம் கிடைக்காதபடி பல போட்டிச் சந்தைகள் சமநிலையில் இரா. ஏனென்றால், பல இடையீடுகள் அளிப்பு அல்லது தேவை வளைகோடுகளை அண்மையில் பாதித்திருக்கும். சில நேரங்களில் எதிர்ச்செயல்கள் மிகவும் மெதுவாக இருக்கும். எடுத்துக்காட்டாக, இயற்கை ஆவி (Gas) நகரத்தில் கிடைக்கவிருக்கும்பொழுது (ஒரு திடீர் மாற்றத்தைக் குடும்ப ஆவி அளிப்பு வளைகோட்டில் ஏற்படுத்தினால்) மற்ற எரிபொருள் உபயோகத்திலிருந்து குடும்பங்கள் ஊது உலையை மாற்றுவதற்குப் பல ஆண்டுகளாகலாம். ஆனால், மறுமொழியின் வேகம் எதுவாக இருந்தாலும், வாங்குபவர்கள் விற்பவர்கள் ஆகிய இருவரும் விலையும் அளவும் அளிப்பு, தேவை வளைகோடுகள் சந்திக்கும் மதிப்புகளை நோக்கிச் செலுத்தப்படும் முறையில் எதிர்ச்செயலாற்றுகிறார்கள்.

அளிப்பு நிலைமைகளில் மாற்றங்கள்

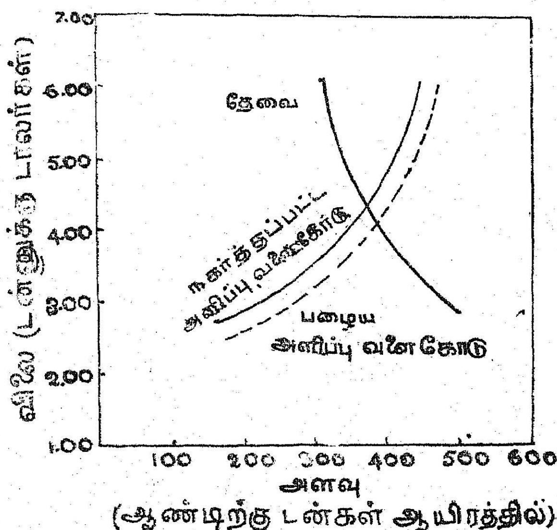
நடைமுறையில் அளிப்புத் தேவைக் கோடுகளின் முதன்மையான பயன் பொருள்களின் விலைகளையும் வாங்கி விற்கப்படும் அளவுகளின் பொருளாதார நிலைமைகளின் மாற்றங்களுடைய விளைவுகளையும் மதிப்பிடுவதாகும். தீர்வை வரிகளில் விளைவு மாற்றங்களை முன்னுணரும் பிரச்சனைகள் (மதுப் பொருள் அல்லது புகையிலை முதலியவற்றில்) அல்லது சுங்கவரி மாற்றங்கள் அல்லது கூலி வீதங்கள் ஆகியவை குறிப்பிடத்தக்க எடுத்துக்காட்டுகளாகும்.

அளிப்பு அல்லது தேவை வளை கோடுகளில் ஒன்றை மாற்றுவதன் மூலம் பாதிக்கப்பட்ட பொருளின் சந்தையைச் சூழ்நிலைகளின் எந்த ஒரு மாற்றமும் கவர்கிறது. அஃதாவது, உற்பத்தியாளர்கள் விற்க விரும்பும் அளவை நுகர்வோர்கள் பல்வேறு விலைகளில் வாங்க விரும்பும் அளவை மாற்றுவதன்மூலம், அளிப்பு வளைகோட்டின் ஒரு மாற்ற விளைவை முதலில் நாம் கவனிப்போம்.

கெட்டிப்படுத்த, சில பொருளை உற்பத்தி செய்யும் செலவு அதிகரிக்கும் என்று நினைத்துக்கொள். கூலி வீத அதிகரிப்பினுல், அல்லது உற்பத்தி செய்யப்படும் பொருளில் உபயோகப்படும் சில கச்சாப்பொருளின் விலை உயர்வதனுல் இது நிகழும். குறிப்பிடத்தக்க உற்பத்தியாளர் முன்னதைவிடப் பொருள்களை நிகழும் சந்தை விலையில் விற்க விரும்புவார் என்பது பின் விளைவாக இருக்கும். ஏனென்ருல், கொடுக்கப்பட்ட விலையில் செலவு அதிகரிப்பதற்கு முன்னர், உற்பத்தி செய்ய உகந்ததாக இருந்த சில உயர் செலவுப் பொருள்கள் லாபகரமாக இனிமேல் இரா.

சந்தைக் கோட்டுப் படத்தின் பகுதியில் அளிப்புக்கோடு மேல் நோக்கி நகர்த்தப்படுகிறது. இது படம் 2—5-ல் காட்டப்படுகிறது. இயல்பான கீழ் நோக்கிச் செல்லும் தேவை வளைகோடு கருமையாகக் காட்டப்படுகிறது. அளிப்பு வளைகோடு செலவு அதிகரிப்பதற்கு முன்னர் இருந்ததைப்போல் ஒரு குறிக்கப்பட்ட மேல் நோக்கிச் செல்லும் வளைகோடாக வரையப்பட்டுள்ளது. ஒரு டன் 4.50 டாலரில் ஆண்டொன்றிற்கு 400 மில்லியன் டன்கள் விற்கும். முன்னர் அமையப்பட்ட சம நிலையில் அவை குறுக்காக வெட்டுகிறது. புதிய அளிப்பு வளைகோடு கெட்டியான மேல்நோக்கிச் செல்லும் கோடாகக் காட்டப்பட்டுள்ளது. எல்லா அளவு உற்பத்தியிலும் செலவு அதிகரிப்பு ஒரு டன்னுக்கு அதே 25 சென்டுகள் என்ற ஊகத்தின்மேல் அது வரையப்பட்டுள்ளது.

செலவு அதிகரிப்பின் விளைவுகளைப் பார்ப்பது எளிது. செலவு அதிகரிப்புக்கு முன்னர், விலை 4.50 டாலர்களில் உற்பத்தி செய்யத் தகுதியாக இருந்த டன்கள் செலவு அதிகரிப்பிற்குப் பின்னர், உற்பத்தி செய்ய மிகவும் செலவுள்ளதாக இருக்கிறது.



படம் 2—5

உற்பத்திச் செலவில் அதிகரிப்பின் விளைவு: அளிப்பு வளைகோடு மேல்நோக்கி நகருகிறது. சமநிலை விலை அதிகரிக்கிறது. சமநிலை அளவும் சாய்கிறது.

அதே நேரத்தில், விலை ஒரு டன்னுக்கு ஒத்திசைவாக 4.75 டாலராக உயர்ந்தால், அவை உற்பத்தி செய்யத் தகுந்தனவாக இருக்கும். ஆக, ஒரு டன் 4.75 டாலருக்குச் செலவு அதிகரிப்புக்குப் பின்னர், உற்பத்தியாளர்கள் விற்க விரும்பும் அளவு அதிகரிப்புக்கு முன்னர், ஒரு டன் 4.50 டாலரில் விற்க விரும்பும் அளவும் அதுவேயாகும். ஒவ்வோர் இதர விலைக்கும் அதே ஆராய்ச்சி பொருந்துகிறது. புதிய அளிப்பு வளைவு பழைய ஒன்றிலிருந்து தருவிக்கப்படலாம். ஏனென்றால், முன்னரிருந்த அதே அளிப்பைத் தூண்டும் விலையைக் காட்டிலும் செலவு அதிகரிப்பிற்குப் பின்னர், 25 சென்டுகள் உயர்ந்த—கொடுக்கப்பட்ட அளிப்பைப் வரவழைக்க வேண்டிய விலை அதுவாகும். வரைபடம் பிரகாரம் அளிப்பு வளைகோட்டில் மேல்

நோக்கி ஒவ்வொரு குறி 25 சென்டுகளில் நகர உட்படுத்துகிறது. அதேபோல் பின் மாற்ற அளிப்பு வளைவு வரையப்பட்டது.[1]

அளிப்புக் கோட்டின் பிறழ்ச்சி, சந்தைக்கோட்டுப் படத்தில் சமநிலை முனையை நகர்த்தி விட்டது. புதிய அளிப்புவளைகோடு தேவை வளைகோட்டை 390 மில்லியன் டன் அளவிலும், 4.60 டாலர் விலையிலும் வெட்டுகிறது. சமநிலை விலை முழு அளவுச் செலவு அதிகரிப்பிற்கீடாக அல்லது அதையொத்த ஒன்றுக்கு அதிகரிக்கவில்லை என்பதைக் கவனி.

கூலியில் எதிர்நோக்கிய உயர்வுகளின் செய்தித்தாள் விவாதங்கள் அல்லது கச்சாப் பொருள்களின் விலையில் உற்பத்திச் செலவுகளின் அதிகரிப்பு விலை உயர்வுகளில் முழுக்க பிரதிபலிக்கும் என்பதைப் பொதுவாக ஊகிக்கலாம். இருந்தாலும் சந்தைக் கோட்டுப் படம் இஃது அப்படி இருக்காதென்று குறிப்பிடுகிறது. ஆகையால், மிகவும் அளவான விலை அதிகரிப்பை முன்மதிப்பிட்டுக்கூறும் அளிப்புத் தேவைக் கோட்டுப் படம் எப்படிப் பெறுகிறது என்பதைப்பற்றி நாம் ஆராயவேண்டும். 25 சென்டுகள் உற்பத்திச் செலவு அதிகரிப்பிற்கு உற்பத்தியாளர்களின் ஆரம்ப எதிர்ச்செயல் ஒருவேளை 25 சென்டுகள் அவர்களின் விலையில் அதிகரிப்பதாக இருக்கும். புதிய விலையில் உற்பத்தியாளர்கள் ஆண்டொன்றுக்கு 400 மில்லியன் டன்கள் அளிப்பார்கள். ஆனால் 4.75 டாலர் விலையில் வாங்குபவர்கள் 375 மில்லியன் டன்கள் மட்டும் வாங்க விரும்புகிறார்கள் என்று தேவை வளைகோடு நமக்குக் கூறுகிறது. உற்பத்தியாளர்கள் லாபகரமாக இருக்கும் விலை 4.75 டாலர்கள் அல்லது 4.70-லும் அவர்கள் எல்லா உற்பத்திப் பொருள்களையும் விற்க முடியாது என்பதை அறிகிறார்கள். இத் தூண்டுதலுக்கு உட்பட்டு அவர்கள் விலையை வெட்ட ஆரம்பிப்பார்கள். விலை விழுவதால் நுகர்வோர்கள் வாங்க விரும்பும் அளவு தேவை வளைகோட்டுடன் பொருந்துமாறு அதிகரிக்கிறது. அதே நேரத்தில் உற்பத்தியாளர்கள் அளிக்க முடிந்த அளவு அளிப்பு வளைக்கோட்டுடன் பொருந்துமாறு சாய்கிறது. இந்த இரண்டு அளவுகளும் ஒரு டன் விலை சுமார் 4.60 டாலர்களாக இருக்கும்பொழுது சமப்படும் விலைமேல் நெருக்கம் குறைகிறது. ஆக, சமநிலை திருப்பிக் கொடுக்கப்படுகிறது.

1 ஓர் உற்பத்திச் செலவு அதிகரிப்பில் ஓர் அளிப்பு வளைகோட்டிற்குள்ள விளைவைப் பின் தொடர்வுப்படி பொதுவரகக் குறுப்பிடமுடியும். உற்பத்திச் செலவு ஓர் அலகுக்கு \$x அதிகரித்தால், அந்த விலையில் கூறினால் \$p கொடுக்கப்படும் அளவு, முன்னரிருந்த விலையாகிய \$ (p-x)-ல் கொடுக்கப்பட்ட அளவு அல்லது-டிாருக முன்னரிருந்ததைவிட அதிகரிப்பிற்குப்பின் \$x இருந்தால் கொடுக்கப்படும அளிப்பில் தூண்டுதலை ஏற்படுத்தவேண்டிய விலையும் ஒன்றாக இருக்கும்.

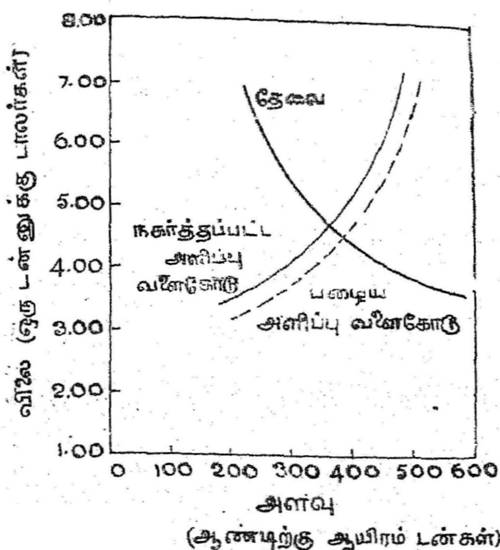
ஒரு பழைய சமநிலையிலிருந்து அசைவு புதிய ஒன்றிற்கு உடனடியாக ஒரு போதுமிருக்காது. அளிப்பு வளைகோடு அல்லது தேவை வளைகோடு அல்லது இரண்டையும் மாற்றுகிற நிகழ்ச்சிகளால் சந்தைகள் நிரந்தரமாக இடையிட்டுத் தடுக்கின்றன. அதன் பின்னர், இப்போது வரையப்பட்ட முறைகளில் ஒன்றைப் பொருந்துகிற சமநிலைக்கு அவை தக்கவாறு அமைகின்றன. அவற்றில் விற்பனையாளர்கள் பல்வேறு விலைகளுடன் பரிசோதித்துப் புதிய சமநிலை விலை கிடைக்கும்வரை அனுபவத்தின் காரணமாகத் திருத்தங்கள் செய்து சீராக்குகிறார்கள்.

ஏன் உற்பத்திச்செலவு அதிகரிப்பைக் காட்டிலும் சமநிலை விலை அதிகரிப்புக் குறைவாக இருக்கிறது என்பதைப் பார்ப்பது கடினமன்று. வாங்குபவர் அவற்றுக்குக் கொடுக்க விரும்பும் பணத்தைக்காட்டிலும் மிகவும் செலவுள்ள நிலைகளில் உற்பத்தி செய்யப்படும் பொருள்களை உற்பத்தி செய்யச் செலவு அதிகமாய் இருக்கிறதென்பது, பொருள்களின் அலகுகளை உண்டாக்குவதில் ஆரம்ப விளைவாக இருக்கிறது. அந்த அலகுகளின் பொருள்களை உற்பத்தியைத் தடைசெய்ய இறுதி விளைவிருக்கிறது. மேலும் மிகவும் சாதகமான நிலைகளில் உற்பத்திச் செலவிற்குப் பொருந்துகிற விலையை நிலைநாட்டுகிறது. செலவு அதிகரிப்பு அளவிற்கு விலையை அதிகரித்து மிகவும் செலவுள்ள உற்பத்திப் பொருளின் அலகுகளைக் குறைப்பதிலிருந்து சேமிப்பதைக் கழிப்பது நிகரப்பயன் முடிவாக இருக்கும்.

ஆகையால், உற்பத்தியாளர்களும் நுகர்வோர்களும், செலவு அதிகரிப்பின் தாக்குதலைப் பங்கிடுவதன்மூலம் முடிக்கிறார்கள். நமது எடுத்துக்காட்டில் இப் பங்குகள் நுகர்வோர்களுக்கு 40 சதவீதமும் உற்பத்தியாளர்களுக்கு 60 சதவீதமுமாகும். இதர நிகழ்ச்சிகளில் இப் பங்குகள் பொதுவாக வித்தியாசப்படும். அளிப்பு, தேவை வளைகோடுகளின் உருவத்தையும் குறிப்பாக விலை அதிகரிப்பை ஏற்கும் நுகர்வோர்களின் விருப்பத்தையும் அவை சார்ந்துள்ளன. இவ் விருப்பம், தேவை வளைகோட்டின் செங்குத்துச் சரிவில் பிரதிபலிக்கிறது. சான்றாக, இந்த நிலைமை படம் 2—6-ல் காட்டப்பட்டுள்ளது. இந்தக் கோட்டுப்படம் முன்னதைபோல் அதே அளிப்பு வளைகோடுகளை முன்னும் பின்னும் காட்டுகிறது. ஆனால், ஓர் அதிகச் செங்குத்தான தேவை வளைகோடு, ஒரு கொடுக்கப்பட்ட விலை மாற்றத்தில் பொருந்துகிற தேவைப்பட்ட அளவின் மாற்றமாகும், இந்தத் தேவை வளைகோட்டைப் பொறுத்தவரையில் முன்னிருந்த நிலையைவிட மிகவும் குறைவாக இருக்கும் என்பவைதக்கவனி. படம் 2—5[1]-லுள்ள

[1] படம் 2—5-ல் உள்ளதைக் காட்டிலும் படம் 2—6-ல் தேவை நெகிழ்ச்சியுள்ளதாய் இருக்கும் என்று பல பொருளியல் வல்லுநர்கள் சொல்கிறார்கள்

தைக் காட்டிலும் தேவை குறைவாகப் பதில்செயல் செய்கிற ஒரு சந்தையைப் படம் 2—6 காட்டுகிறது என்று சொல்லி இதை நாம் விவரிக்கமுடியும்.



படம் 2—6

எதிர்ச்செயலற்ற தேவை வலைகோட்டுடன் உற்பத்திச் செலவில் விளைவு அதிகரிப்புப் பெரும்பாலான செலவு அதிகரிப்புத் தேவை விலை மாற்றத்திற்கு எதிர்ச்செயலற்ற இருக்கும் பொழுது நுகர்வோர்களுக்கு மாற்றப்படுகிறது.

படம் 2—6-ல் முதலிலுள்ள சமநிலை இருக்கை, முன்னர் இருந்ததைப் போல் இருக்கிறது. ஆனால், தேவை வளைவு குறைவான மறுமொழி கூறுகின்றதனால், முன்னைக் கோட்டுப்படத்தைக் காட்டிலும் உயர்ந்த சமநிலை விலையையும் (4.65 டாலர்) அதிகமான சமநிலை அளவையும் (393 மில்லியன் டன்கள்) புதிய அளிப்பு வளைகோடு அந்த முனையில் வெட்டுகிறது என்பதை அது சுட்டிக்காட்டுகிறது. ஒரு பொருளுக்குத் தேவை குறைந்த மறுமொழி கூறினால், விலையில் பிரதிபலிக்கும் ஒரு செலவு அதிகரிப்பின் பகுதி பெருவாரியாக இருக்குமென்பது தெளிவாக

(முன்பக்கத் தொடர்ச்சி)

ஆனால், ஓர் அளிப்பு அல்லது தேவை வளைகோட்டின் நெகிழ்ச்சி ஒரு சிறிதளவே வேறுபட்ட பொருளுடன் இருக்கும் நுணுக்கக் கருத்தாகும் என்பதைப் பின்னர் நாம் பார்க்கலாம்.

இருக்கிறது. உண்மையில் தேவை மொத்தமாக எதிர்ச்செயலற்றதாக இருந்தால் (அந்த நிலையில் தேவை வளைகோடு எல்லா விலையிலும் தேவைப்பட்ட அதேஅளவைக் காட்டும் ஒரு செங்குத்தான கோடாக இருக்கும்), விலை உயர்வு அலகு உற்பத்திச் செலவுகள் அதிகரிப்பைப் போல் அதிகமாய் இருக்கும், ஆனல், அந்த நிலையில் மட்டும்[1] சுருக்கமாக, ஒரு பொருளின் உற்பத்திச் செலவு மாறும்பொழுது, அதன் அளிப்பு வளைகோடு நகர்கிறது. பெரும்பாலும் தேவை வளைகோட்டைச் சார்ந்து உற்பத்தியாளர்களாலும் பொருளை நுகர்வோர்களாலும் மாற்றுத் தாக்கலை விகிதாச்சாரத்தில் பகிர்ந்து கொள்கிருர்கள். உற்பத்தியாளர்கள், உண்மையில் செலவு அதிகரிப்புச் சுமையை இயல்பாகப் பங்குபெற விரும்புவதில்லை. அல்லது, வாடிக்கையர்ளர்களுடன் செலவுக் குறைப்பின் நன்மையை, ஆனல் போட்டியின் வலிமை அவர்களை அப்படிச் செய்யக் கட்டாயப்படுத்துகிறது.

தேவை நிலைமைகளில் மாற்றங்கள்

தேவை வளைகோட்டைப் பாதிக்கும் சம்பவங்களாலும் அதேபோல் அளிப்பு வளைகோட்டை நகர்த்தும் நிகழ்ச்சிகளாலும் ஒரு சந்தையின் சமநிலை கவிழ்க்கப்படுகிறது. நுகர்வோர்களின் சுவை, விருப்பத்தேர்வுகளில் மாற்றங்கள் (நடப்பு வழக்கு மாற்றத்தால் அல்லது இதரக் காரணங்களுக்காக), போட்டியிடும் பொருள்களில் விலைமாற்றங்கள், தொழில்நுணுக்க மாற்றங்கள், பொருகளில் அல்லது போட்டியிடும் பொருள்களில் திருத்தம் முதலிய முக்கியமான சம்பவங்கள் தேவையைப் பெரும்பாலும் பாதிக்கக்கூடியவையாகும். வெண்சுருட்டுகளுக்குள்ள தேவையைப் பாதித்த இருதயபுற்று நோயைப்பற்றிய கவலை (ஏமாறும்படி குறைவாக இருந்தாலும்). வழக்கு மாற்றத்திற்கு ஓர் எடுத்துக்காட்டாகும். போட்டியிடும் பொருள்களின் விலைமாற்றத்தின் விளைவு, வீட்டு வாயு விலையின் செல்வாக்கு உஷ்ணப்படுத்தும் எண்ணெயின் தேவையாக இருக்கிறது என்பது ஓர் எடுத்துக்காட்டாகும். வாயுவின் விலையைக் குறைத்து இயற்கை வாயுவை ஒரு சமுதாயத்தில் அறிமுகப்படுத்தும்பொழுது, எரிப்பு எண்ணெயின் தேவை அளவு ஒவ்வொரு விலையிலும் குறைகிறது. நுணுக்கமாற்றம் துவைத்து-அணியும் ஆடைகளின் (Wash - and wear fabrics) வாளர்ச்சியால் விவரிக்கப்படுகிறது. அது சலவைச்சாலைகளின் பணிகளுக்கான தேவையைக் குறைத்தது. அதுபோன்ற மாற்றங்கள் எல்லாக் காலங்களிலும் நிகழ்கிறது.

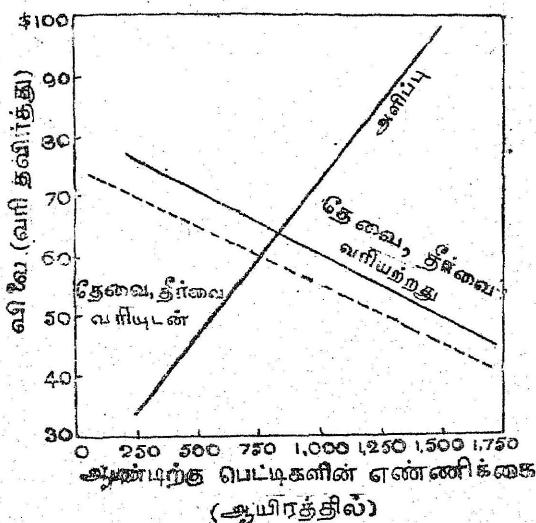
1 வரையறையற்ற மறுமொழி கூறுவதன் எதிர் முனைக்கோடியை கற்பனை செய். உற்பத்திச் செலவின் மாற்றம் விலையில் விளைவை ஏற்படுத்துகிறதா? பொதுமையைக்கவனி; விளைவு விலைபோல் அதிகமானல் அளவின்மேல் விளைவு குன்றவாகும் மேலும் எதிரெதிர்மாருகும்.

பொருளாதார முடிவுகள், கொள்கைக்கான நோக்கங்கள் அன்றித் தேவையைப் பாதிக்கும் மிகமுக்கியமான மாற்றங்கள் பல பொருள்களில் விதிக்கப்படும் வரிகளிலும் சுங்கவரிகளிலும் ஏற்படும் மாற்றங்களாக இருக்கின்றன. எடுத்துக்காட்டாக, கூட்டு அரசு புகையிலைப் பொருள்கள், கல்லெண்ணெய், மது, மோட்டார் வண்டிகள், விமானப் போக்குவரத்து முதலியவற்றில் வரி விதிக்கிறது. அண்மையில் கணக்கற்ற போகப்பொருள்கள் கூட்டரசு வரிக்குள் உட்பட்டுள்ளன. வரிவிதிக்கப்பட்ட பொருள்களின் நுகர்ச்சியையும் விலையையும் எவ்வாறு இந்த வரிகள் பாதிக்கின்றன? பயண மூட்டைமேல் விதிக்கப்பட்ட 10 சதம் தீர்வை வரி ஒழிப்பின் விளைவை ஆய்வது உருமாதிரியானதாக (Typical) இருக்கிறது.

பயண மூட்டைமேல் 10 சதம் தீர்வை வரியை நீக்கியதன் விளைவைப் படம் 2—7–ஐத் திருப்பிப் பார்த்து நாம் பார்க்கமுடியும். இப் படம் பழக்கமான அளிப்பு வளைகோட்டையும் இரண்டு தேவை வளைகோடுகளையும்-வரியுடன் தேவையைக் காட்டும் ஒன்றையும் வரியில்லாமல் காட்டும் ஒன்றையும் உள்ளடக்கியுள்ளது. வரிப் பழக்கத்தில் இருக்கும் பொழுது, அங்கு இரண்டு விலைகள் இருந்தன. விற்பனையாளர்களால் வாங்கப்படும் ஒன்றும், வாங்குபவர்களால் 10 சதம் அதிகமானதைச் செலுத்தப்படும் மற்றொன்றுமாகும். படத்தில், விற்பவர்களால் வாங்கப்படும் விலையை நாம் குறியிட்டுள்ளோம். கீழ்ச்சிதறிய தேவை வளைகோடு வரி செயல்முறை சார்ந்த ஒவ்வொரு விலையிலும் விற்கப்படும் குறிப்பிட்ட பயண மூட்டைப் பெட்டிகளின் எண்ணிக்கையைக் காட்டுகிறது. எடுத்துக்காட்டாக, 60 டாலர் விலையில் (வாங்குபவர்களுக்கு மொத்தச் செலவு 66 டாலர்கள்) வாங்குபவர்கள் ஆண்டிற்கு 750,000 பெட்டிகள் வாங்க விரும்புகிறார்கள். அளிப்பு வளைகோடு தேவை வளைகோட்டை அந்த முனையில் சந்திப்பதால், வரி செயல் முறையில் இருக்கும்போது சமநிலை விலையும் அளவும் அதுவாக இருந்தது.

மேலுள்ள தேவை வளைவு, வரிதள்ளுபடி செய்யப்பட்ட பின்னர், ஒவ்வொரு விலையிலும் வாங்கப்படும் அளவைக் காட்டுகிறது. பழைய தேவை வளைவிலிருந்து அதைத் தருவிக்கும் சுலபமான வழி, 10 சதம் விலை அதிகரிப்பு வாங்குபவர்களின் நோக்கு நிலையிலிருந்து வரி எடுப்பைச் சரியீடு செய்யும் என்பதைக் கவனிப்பதாகும். எடுத்துக்காட்டாக, வரிவிலக்குச் செய்யும் அதே சமயத்தில் விலையை 66 டாலருக்கு அதிகப்படுத்தினால் வாங்குபவர்களுக்குச் செலவு அதே நிலையில் இருக்கும், வாங்குபவர்கள், முன்னர் வாங்கிய அந்த அளவைத் தொடர்ந்து வாங்குவார்கள். வரி நிலவும் அதே அளவு விற்பனையை வரி ரத்து செய்யப்பட்டபின்னர், எந்த அளவையும்வாங்க வாங்குபவர்களைத் தூண்டும் விலை 10 சதம் உயர்ந்ததாக இருக்கும். கோட்டுப் படத்தில் வரி ரத்துத்

தேவை வளைவில் 10 சதம் உயர்த்தி விட்டது. எந்த ஒரு விலையிலும் விற்பனை 10 சதம் உயர்ந்ததாக இருக்கும் என்று பொருளாகாது என்பதைக் கவனி. ஆனால், எந்த அளவு விற்பனைக்கும் பொருந்துகிறது. விலை 10 சதம் அதிகமாக இருக்கும்.



படம் 2—7

ஒரு தீர்வை வரியை நீக்குதலின் விளைவு: சமநிலை விலையையும் விற்கப்பட்ட அளவையும் எடுத்துக்கொண்டு தேவை வளைகோடு மேல்நோக்கிச் செல்கிறது.

வரி இல்லாத் தேவை வளைகோடு 64.30 டாலர் விலையிலும் ஆண்டுக்கு 830,000 பெட்டிகள் பெரிய அளவிலும், அளிப்பு வளைகோட்டை வெட்டும். இது சொல்லப்பட்டதற்குத் தகுந்த சந்தையின் புதிய சமநிலையாகும். வரி விலக்கு ஒருபெட்டி வாங்குபவருக்குச் செலவை 1.70 டாலர் குறைக்கிறது. விற்பவரின் பெறப்படும் பணம் 4.30 டாலராக அதிகரிக்கும். ஆண்டுக்கு விற்பனையின் அளவு 80,000 ஆக அதிகரிக்கிறது.

சோதனை-தவறு முறையால் (Trial and errer process) புதிய சமநிலை நிலைநாட்டப்படுகிறது. அப்படிப்பட்ட ஒரு நிலையில், விற்பனையாளர்கள் ஆரம்பத்தில் விலையைப் பெரும்பாலும் உயர்த்தமாட்டார்கள். ஆனால் 60 டாலர் விலையை அவர்கள் நிலை நிறுத்தினால், ஆண்டுக்கு

விலையில் ஒரு நிறுவனம் உற்பத்தி செய்ய, விற்க விரும்பும் அளவில் அந்த நிறுவனத்தின் அளிப்பு எந்த ஒரு விலையிலும் இருக்கும் என்பதை நாம் அங்கே விவரித்தோம். உற்பத்திப் பொருள்களின் வேறுபட்ட அளவுகளில் நிறுவனத்தின் விருப்பத் தேர்வுகளை, நிறுவனத்தின் அப்போதுள்ள தொழிற்சாலையின் வேறுபட்ட அளவுகளின் உற்பத்திச் செலவு தீர்மானிக்கிறது என்பதை மெய்யென ஏற்றுக்கொண்டோம். நாம் மெய்யாகக் குறுங்கால விருப்பங்களை மட்டும் எண்ணிக்கொண்டிருந்தோம். அப்படி தீர்மானிக்கப்பட்ட வளைகோடு, உண்மையில் ஒரு குறுங்கால அளிப்பு வளைகோடாகும். ஆனால், ஒரு நிறுவனத்தின் வசதிகள் சில காலத்திற்குப் பளுவானவையாக இருந்தால், அதன் தொழிற்சாலையை விரிவுபடுத்துவதுபற்றிச் சிந்திக்க ஆரம்பிக்கும். பின்னர், சிறிதளவே வேறுபட்ட வினாக்கள் தகுதியுள்ளனவாக ஆகின்றன. நீண்ட காலத்திற்கு அந்த விலை நிலவும் என்று எதிர்பார்த்தால், அந்த நிறுவனம் என்ன அளவு மாதிரியான தொழிற்சாலையை ஒரு சந்தை விலையில் பெறும் என்பதைப் பணிவாக நாம் கேட்க முடியும். அது விரும்பிய தொழிற்சாலை இருந்தால், அதே விலையில் எவ்வளவு உற்பத்தி செய்யும் என்பதை நாம் கேட்க முடியும். நிறுவனத்தின் நீண்டகால அளிப்பு வளைகோட்டில் ஒரு கூறுக இரண்டாம் வினாவிற்குப் பதில் அமைகிறது. நீண்டகால அளிப்பு வளைகோடு, புதிதாகக் கிடைத்திருக்கும் தொழிற்சாலையின் உற்பத்திச் செலவால் தீர்மானிக்கப்படவில்லை. ஆனால், புதிய வசதிகளைப் பெறுவதன், இயங்குவதன் செலவால் அது தீர்மானிக்கப் படுகிறது என்பதைக் கவனி.

இப்போது நாம் ஒரு நிறுவனத்தின் இரண்டு அளிப்புவளைகோடுகளை வேறுபடுத்திக் காட்டினோம்.

நிறுவனத்தின் குறுங்கால அளிப்புவளைகோடு ஒவ்வொரு சந்தை விலையிலும், அப்போதுள்ள தொழிற்சாலையைப் பயன்படுத்தி அந்த நிறுவனம் உற்பத்தி செய்ய அல்லது அளிக்க விரும்பும் அளவைக் கூறுகிறது.

நிறுவனத்தின் நீண்டகால அளிப்பு வளைகோடு ஒவ்வொரு சந்தை விலையிலும், அந்த விலை நீண்ட காலத்திற்கு நிலைத்திருந்தால், பெற்ற தொழிற்சாலையில் அந்த நிறுவனம் உற்பத்தி செய்ய விரும்பும் அளவைக் கூறுகிறது.

முழுச்சந்தை அல்லது தொழிலுக்கும் ஒத்திசைவான குறுங்கால, நீண்டகால அளிப்பு வளைகோடுகள் இருக்கின்றன. ஒரு விலையில் சந்தையின் குறுங்கால அளிப்பு ஏற்கெனவே பழக்கமுள்ளதாக இருக்

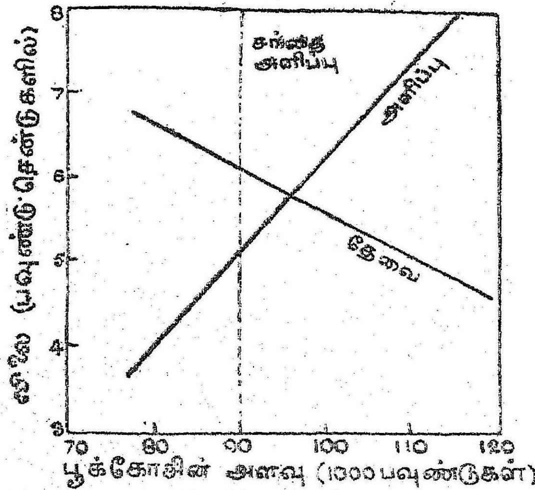
கிறது. அப்போதுள்ள அவற்றின் தொழிற்சாலைகளை உபயோகித்து அல்லது தனிப்பட்ட நிறுவனங்களின் மொத்தக் குறுங்கால அளிப்பு வளைகோடுகள், அந்த விலையில் தொழிலுள்ள எல்லா நிறுவனங்களும் அளிக்க விரும்பும் அளவாக இருக்கின்றன. தனிப்பட்ட நிறுவனங்களின் மொத்த நீண்டகால அளிப்பு வளைகோடுகளைப் போல் சந்தையின் நீண்டகால அளிப்பு வளைகோடு இருக்கிறது. ஆனால் இப்போது, நீண்ட காலத்திற்கு நிலவும் அந்த விலையில் சந்தையில் நுழையும் புதிய நிறுவனங்களுக்காகச் சலுகை கொடுக்கவேண்டியுள்ளது. தொடர்பாக, அவற்றின் தொழிற்சாலைகளை அந்த விலைக்குத் தக்கவாறு மாற்றியமைக்கவும் தொழிலில் நுழைவதற்கும் விட்டு விலகுவதற்கும் போதிய காலம் இருக்கும்பொழுது, அந்த விலையில் எல்லா நிறுவனங்களும் கொடுக்க விரும்பும் பொருள்களின் மொத்த அளவுதான் அந்த விலையில் நீண்டகால அளிப்பாகவும் இருக்கும்.

தெளிவாக, நீண்டகால அளிப்பு வளைகோடு ஒழுங்கான மயக்கத்தக்க சிக்கலான கருத்தாக இருக்கிறது. அதைப்பற்றி அடுத்த அதிகாரத்தில் மிகவும் கவனமாக விவாதிக்கவேண்டியுள்ளது. அதன் முக்கியத்துவம் இருந்தாலும் தெளிவானதாக இருக்கிறது. ஒரு குறுங்காலச் சமநிலையை அடையும்பொழுது (தேவைவளைகோடு குறுங்கால அளிப்பு வளைகோட்டை வெட்டுமிடமாகும்) வணிகர்களை அவர்களுடைய வசதிகளைப் பெருக்க அல்லது குறைக்கத் தூண்டும். ஒரு நிகழக்கூடிய விலையாக இருக்கும். அவர்கள் அதை விரைவில் செய்தால், புதிய குறுங்கால அளிப்பு வளைகோட்டை அவர்கள் பெறுவார்கள். ஆக, சந்தை இனி மேல் சம நிலையில் இருக்காது.

வணிகர்களைத் தங்களின் நடப்புத் தொழிற்சாலையைப்பற்றி மனநிறைவு அடையவைக்கும் ஒரு மதிப்பான விலையை அடையும் வரைக்கும், சந்தை தொடர்பாகத் தொல்லை கொடுக்கப்படுகிறது. அந்த விலை நீண்டகாலச் சமநிலை விலை என்று கூறப்படுகிறது. நீண்டகால வளைகோட்டை வெட்டும் தேவை வளைகோடாக இருக்கிறது. அதன் நீண்டகால சமநிலைக்கு ஒரு வரிசை முறையான குறுங்காலச் சமநிலை மூலம் வெளிப்படுத்தும் ஒரு சந்தையின் காட்சியை நாம் பெறுவோம் (தேவை வளைகோடு நின்றால், ஒரு நீண்ட போதிய நேரத்தைக் கொடு). இதைச் சுலபமாக உருவாக்கிக் காண முடியாது. ஆகையால், இரண்டு கட்டத்தில் அதை விவரிப்போம்.

ஒரு சுலபமான இயற்காட்சியான பண்ணைப் பொருளுக்கான சந்தையின் நடவடிக்கைக்கு, அதன் நீண்டகாலச் சமநிலையை நோக்கி ஒரு சந்தையின் இந்த விரிவுறுதல் கோட்பாட்டிற்கு ஒத்திருக்கிற

தென்பதைக் கவனிப்பது முதல் கட்டமாகும். சந்தை விலையை[1] அவன் மிகவும் அறிவதற்கு முன்னர், எந்த அளவு உற்பத்தி செய்யப்போகிறான் என்பதை ஒரு விவசாயி தீர்மானிப்பது, அந்தச் சந்தைகளின் தனித் தன்மையாக இருக்கிறது. முந்திய ஆண்டு அறுவடை கொடுத்த விலையை அவன் அறிந்துள்ளான். இந்த ஆண்டு நடவை முடிவு செய்ய அதை அடிப்படையாகப் பயன் படுத்துகிறான். இப்படியாகக்



படம் 2—9

ஒரு சந்தைப் பயிருக்கான தற்காலிக, நீண்டகாலச் செய்தித்திரள்:
கிடைக்கும் அளிப்பு தற்காலிகச் சமநிலை விலையைத் தீர்மானிக்கிறது.
அஃது அடுத்த பருவத்தின் அளிப்பை அளிப்பு
வளைகோட்டுக்குப் பொருந்துமாறு கவர்கிறது.

கடந்த ஆண்டின் விலை உயர்ந்ததாக இருந்தால், இந்த ஆண்டின் பயிர் ஏராளமானதாக இருக்க நேரிடும், அதைப் போலக் கடந்த ஆண்டின் விலை குறைவாக இருந்தால், இந்த ஆண்டின் பயிர் குறைவானதாக இருக்க நேரிடும். சிலந்திவலை வாய்ப்பாடு என்ற அறியப்பட்ட ஓர் இயக்காற்றல்வகைச் செயலுக்கு இது காரணமாகிறது. அது சுலப மாக விளக்கப்படுகிறது.

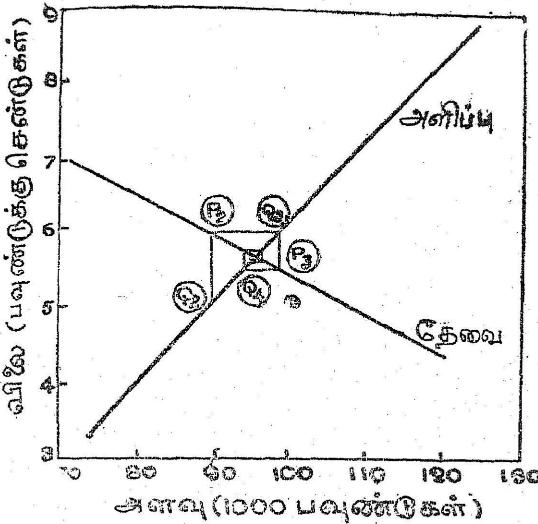
[1] நீண்டகால அளிப்பு வளைகோட்டின் பொருத்தத்தைக் கவனி: திருத்தப் பட்ட தொழிற்சாலை இயங்க ஆரம்பிக்கும்பொழுது, சந்தை விலை என்னவாய் இருக்கும் என்பதை முன்னரே அறிந்து, ஒவ்வொரு வணிகனும் தொழிற் சாலையின் அமைப்பு அளவு மாற்றங்களைத் தீர்மானிக்கவேண்டும்.

ஓர் ஆண்டின் விவசாயப் பொருள்களுக்கான ஒரு சந்தையின் நடக்கை படம் 2—9 போன்ற கோட்டுப் படத்தைப் பயன்படுத்தி விளக்க முடியும். அந்தக் கோட்டுப்படம் ஒரு வட்டார உற்பத்திச் சந்தையின் புதிய பூகோசுக்கான (Cauliflower) அளிப்பு, தேவை வளைகோட்டைக் காட்டுகிறது. தேவை வளைகோடு மரபொழுங்கு சார்ந்த பொருள் விளக்கத்தைப் பெற்றிருக்கிறது. எடுத்துக்காட்டாக, ஒரு பவுண்டு 5 சென்டு விலையில் சுமார் 108,000 பவுண்டுகள் வாங்கப்படும் என்பதை அது காட்டுகிறது. அளிப்பு வளைகோடு, இருந்தாலும், முன்னரிருந்ததிலிருந்து சிறிதளவு வேறுபட்டு விளக்கப் படுகிறது. ஒரு விவசாயி நிலவும் விலையைக் கூர்ந்து கவனித்து உற்பத்தி அளவை முடிவு செய்ய முடியாதென்பதை நினைவுகொள். முன் அறுவடை விற்கப்பட்ட விலையைச் சார்ந்து அவனது முடிவு இருக்கவேண்டும். ஆதலால், இந்த அளிப்பு வளைகோட்டில் ஒவ்வொரு விலைக்கு எதிராகப் பயிர் செய்ய விவசாயிகளைத் தூண்டும் அந்த விலையில் அந்த அளவை நாம் குறிக்கிறோம். எடுத்துக்காட்டாக, ஓர் ஆண்டில் ஒரு பவுண்டின் விலை 5 சென்டுகளாக இருந்தால், அதைத் தொடர்ந்த ஆண்டு அறுவடை 90,000 பவுண்டுகளாக இருக்கும் என்று அளிப்பு வளைகோடு உறுதியாகக் கூறுகிறது.

அப்படிப்பட்ட சந்தை விலைகள், அளவுகளின் முன்னறிவிக்கத்தக்க வரிசை முறையை உருவாக்குகிறது. சில ஆண்டில் (ஆண்டு 1) பவுண்டின் விலை 5 செண்டுகள் என்று ஊகித்துக்கொள். பின்னர், அளிப்பு வளை கோட்டுக்குப் பொருந்துமாறு, அடுத்த ஆண்டு (ஆண்டு 2) விவசாயிகள் பயிர் செய்து 90,000 பவுண்டுகளை அறுவடை செய்வார்கள். ஆண்டு 2-ல் விலை என்னவாயிருக்கும்? தேவை, அளிப்புகளின் சக்தி செயலில் இருக்கும். ஆனல், அளிப்பு வளைகோடு பயனுடையதாக இருக்காது. ஏனென்றல், ஆண்டு 3 வரைக்கும் பயனை ஏற்படுத்த முடியாத எதிர்ச்செயல்களை அது குறித்துக் காட்டுகிறது. ஆண்டு 2-ல் அதிகமாகக் குறைவாக இல்லாமல் அளிப்பு 90,000 பவுண்டுகளாக இருக்கும் (இறக்குமதி, ஏற்றுமதியிலிருந்து சாத்திய மாவதைக் கவர்ந்து கொள்ளும்). நுகர்வோர்கள் வாங்க விரும்பும் அந்த அளவுக்குத் தக்க விலை இருக்க வேண்டும். பயனுள்ள அளிப்பு வளை கோடு ஆகையால், படத்தில் 'சந்தை அளிப்பு' என்று காட்டப்பட்ட செங்குத்துக் கோடாகும். சந்தை அளிப்புக்கோடு தேவை வளை கோட்டை வெட்டும். அஃது ஒரு பவுண்டு 6 சென்டுகளாக இருக்கிறது; அந்த இடத்தில் ஆண்டு 2 விலையை நிலை நாட்டுகிறது.

அந்த முனையில் அளிப்பு வளைகோடு பயனுள்ளதாகிறது. ஒரு பவுண்டு 6 சென்டு விலை, ஆண்டு 3-ல் 99,000 பவுண்டு பயிர்செய்து அறுவடை செய்யத் தூண்டுகிறது. இது ஆண்டு 3-ன் விலையைத்

தீர்மானிக்கிறது. அந்த விலை 90,000 பவுண்டுகள் விற்கப்படும் விலையாக இருக்கவேண்டும் அல்லது பவுண்டுக்கு 5.5 சென்டுகள் எவ்வளவு ஆண்டுகளுக்கு விருப்பமோ அவ்வளவு ஆண்டுகளுக்கு இந்த ஆராய்ச்சியை நாம் தொடர முடியும்.



படம் 2—10

ஒரு சந்தையில் சிலந்தி வலை முறை: ஒவ்வோர் ஆண்டின் விலையைக் கிடைக்கும் அளவு தீர்மானிக்கிறது. அடுத்த ஆண்டின் அளவையும் தீர்மானிக்கிறது.

இந்த வரிசை முறை நிகழ்ச்சிகள் படம் 2—10-ல் வரைந்து காட்டப் பட்டுள்ளது. பவுண்டுக்கு 5 சென்டுகள் ஆரம்பவிலை ஆண்டு 2-ல் 90,000 பவுண்டுகள் அளவை வெளிப்படுத்துகிறது. அதை Q_2 என்று பெயரிடப்பட்ட முனை காட்டுகிறது. Q_2க்குமேல் செங்குத்தாகத் தேவை வளைகோட்டின் மேலுள்ள விலையில் விற்கப்படும் அளவை P_2 குறித்துக் காட்டுகிறது. நேராக வலப்பக்கம் அளிப்பு வளைகோட்டின் மேலுள்ள அளவில் ஆண்டு 2-ன் விலை ஆண்டு 3-க்கு வெளிப்படுத்துகிறது. இந்த முனை Q_3 ஆல் காட்டப்படுகிறது. இந்த வரிசை முறை ஒரு வகை யான சிலந்தி வலையை வரைகிறது. பவுண்டின் விலை 5.7 சென்டு களாகவும், ஓர் அளவான 96,000 பவுண்டுகளிலும் அளிப்பு, தேவை வளைகோடுகளின் வெட்டுமிடத்திற்கு முனைகளை நெருங்கி நகர்கிறது, இந்த குறுக்கீட்டுச் சந்திப்புச் சந்தைக்கான சமநிலை விலையாகவும்

அளவாகவும் இருக்கிறது. ஒரு தடவை அதை அடைந்து விட்டால், தேவை அல்லது அளிப்பு வளைகோடுகளில் ஒன்று தடுக்கப்படும்வரை விலையும் அளவும் மாறாது.

இருந்தாலும், சம நிலைக்கு இந்தக் கூடுகை தவிர்க்க முடியாத தாக இருக்கிறது. தேவை வளைகோடு மிகவும் செங்குத்தாக இருந்தால் (அஃதாவது விலை மாற்றத்திற்கு நுகர்வோர்கள் குறைவான எதிர்ச் செயலுள்ளவர்களாக இருந்தால்), சம நிலைக்குக் கீழுள்ள ஒரு பயிர், அந்த ஆண்டில் ஓர் உயர்ந்த விலையை உண்டுபண்ணும். முதல் பயிர் கீழ் இருந்ததைக் காட்டிலும் அடுத்த ஆண்டின் பயிர் சமநிலைக்கு மிகவும் மேல் இருக்கும். பின் விலைகளும் அளவுகளும் சமநிலையை எப்போதும் அடையாமல் கொடூரமாக விரைவாகச் சுழலும் (நீயே இந்தக் கோட்டுப் படத்தை வரைய முடியும். அது உருவாக்குகிற எப்போதும் விரிவடைகிற சிலந்தி வலையைக் கூர்ந்து பார்). இந்தச் சாத்தியம் ஒரு நிலையற்ற சமநிலையின் சந்தையை விளக்குகிறது.

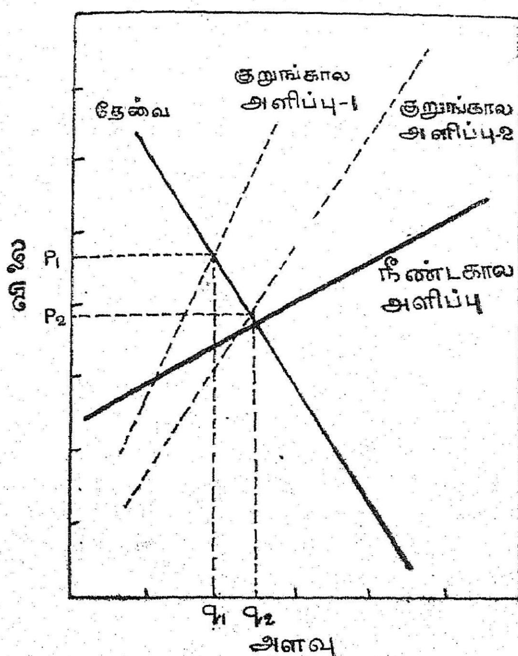
அது தனிச் சிறப்பிற்குரியது, ஆனால் உண்மை பல சமயங்களில் எளிய சிலந்தி வலை முறைக்குப் பொருந்துமாறு விவசாயிகள் நடந்து கொள்வதைக் காண முடிகிறது. இருந்தாலும், சிலந்தி வலையில் நமது ஆர்வம் இருக்கிறது. ஏனென்றால், ஒரு சந்தையில் சமநிலை பல மட்டங்களில் இருக்கிறது என்பதை அது விளக்குகிறது. அதனால், அவை ஒன்றன்பின்தொடர்ந்து செயலாற்றுகிறது. ஒவ்வொர் ஆண்டும் சந்தை ஒரு தற்காலிகச் சமநிலை விலையை அடைகிறது. அந்த விலையில் வாங்குபவர்கள் கிடைக்கும் அளவை எடுத்துக்கொள்ள விரும்பு கிறார்கள். அடுத்த ஆண்டு கிடைக்க விருக்கும் அளவையும் அந்த ஆண்டின் தற்காலிகச் சம நிலையையும் இந்த விலை பின்னர்க் கவர்கிறது. சந்தை நிலையாக இருந்தால், அதுதான் வழக்கமான நிலை. தற்காலிகச் சமநிலையின் வரிசை முறை, முடிவாக ஓர் அளிப்பிற்கு நடத்திச் செல்லுகிறது. அதற்கு அடுத்த ஆண்டிற்கு அதே அளிப்பை அந்த விலை தூண்டுகிறது. பின்னர் நிரந்தரமான அல்லது நீண்ட காலச் சமநிலை அடையப்படும்.

ஓர் ஆண்டு முறையில் உற்பத்தி செய்யப்படாத இதரப் பொருள் களுக்கும் அதே அணுகு முறையை நாம் இப்போது பயன்படுத்து கிறோம். நீண்ட காலச் சமநிலையை விவரிக்கும் இரண்டாம் கட்டம் இதுவாகும்.

நீண்ட கால அளிப்பின் விசையியக்கவியல்

விவசாயப் பொருளற்ற சந்தைக்கும் இப்போது பார்த்த எளிய விவசாயப் பொருள் சந்தைக்கும் பல வேறுபாடுகள் இருக்கின்றன.

விவசாயச் சந்தையில் கிடைக்கும் அளிப்புக் கடந்த ஆண்டின் விலை யால் முன்னால் தீர்மானிக்கப் படுகிறதென்பதும், அஃது இந்த ஆண்டிற்கு எதிர்ச் செயலற்றுள்ளது என்பதும் ஒன்றுகும். அப்படி யிருக்க பல பொருள்களுக்குக் கிடைக்கும் அளிப்பு விலைக்கு மறுமொழி கூறுகிறது. குறுங்கால அளிப்பு வளைகோட்டிற்குத் தகுந்தாற்போல அதோடு செயலாற்றுகிறது. குறுங்கால அளிப்பு எண்-1 ஆக அப்படிப்பட்ட அளிப்பு வளைகோடு படம் 2—11-ல் காட்டப்பட் டுள்ளது, அளிப்பு, தேவை வளைகோடுகளுடன் போட்டிச் சந்தை களின் நடக்கையைப்பற்றி நாம் முன்னர்க் கூறிய எல்லாம் இதற்குப் பயன்படுகின்றன. குறிப்பாகத் தேவை வளைகோட்டுடன் குறுங்கால அளிப்பு எண் 1-ன் சந்திப்புப் புள்ளி தற்காலிகச் சமநிலை விலை, P_1 யையும் அளவு q_1 யும் தீர்மானிக்கிறது.



படம் 2—11

ஓர் உற்பத்தி செய்யப்பட்ட பொருளுக்கான குறுங்கால, நீண்ட கால வளைகோடுகள்: குறுங்கால அளிப்பு வளைகோட்டை மாற்றும் முதலீடுகளைக் குறுங்காலச் சமநிலை தூண்டுகிறது.

ஆனால், இது கதையின் முடிவன்று என்பதை இப்போது நாம் கண்டுணர்கிறோம். இந்தப் படம், விலை p_1ல் சில காலத்திற்கு நிலைக்கும்

என்று வணிகர்கள் எதிர்பார்த்தால், அவர்கள் வசதிகளை விரிவுபடுத்துவார்கள் என்றும், அதன் பின்னர் அந்த விலையில் q_1 ஐ விட, அதிகமான ஓர் அளவை அளிப்பார்கள் என்பதையும் காட்டும் ஓர் நீண்ட கால அளிப்பு வளைகோட்டை அடக்கியுள்ளது. விவசாய நிலையின் இரண்டாம் முக்கிய வேறுபாடு இங்கே இருக்கிறது. விவசாயச் செடிகள் செயல்படும் முறையில் விவசாயமல்லாத செடிகள் ஆண்டுக் கால முறையில் முதிர்வதில்லை. உயர்ந்த விலை இங்குத் தங்கும் என்றும் புதிய வசதிகளை ஏற்படுத்தி முடிப்பதற்கு முன்னர், நீண்ட காலம் கடந்து விடும் என்றும் வணிகர்களை நம்ப வைப்பதற்கு முன்னர்ச் சில காலம் தேவைப்படுகிறது. ஆனால், அப்படிப்பட்ட ஒரு தூண்டுதலினால் புதிய வசதிகள் சந்தையில் நுழையும். பின்னர், வணிகர்கள் மொத்தத்தில் முன்னிருந்த p_1 விலையைக் காட்டிலும் அல்லது மற்ற விலையைக் காட்டிலும் அதிகமான அளவை விற்க விரும்புவார்கள். அஃதாவது ஒரு புதிய குறுங்கால அளிப்பு வளைகோடு மரபு வழியாக உளதாயிருக்கிறது. குறுங்கால அளிப்பு எண் 2ஆம் கோட்டுப் படத்தில் காட்டப்பட்டுள்ளது. அது புதிய திறமை ஏற்படுத்தப் பட்ட பின்னருள்ள சந்தையின் நிலைமைகளை விளக்கமாக வருணிக்கிறது. மிகுதிப் படுத்தப்பட்ட அளிப்புகள் தற்காலிகச் சமநிலை விலையைக் கீழ் நோக்கி p_2க்கு விரட்டும். வாங்கப்படும் அளவை அதற்கேற்ப அதிகப்படுத்தும். வரையப்பட்ட படத்திலுள்ளதைப் போல் இந்த இரண்டாவது தற்காலிகச் சமநிலை நீண்ட கால அளிப்பு வளை கோட்டுக்கு மேல் இருக்கும். மேலும் இந்த முறை தொடரும்.

தெளிவின் பொருட்டு, இரண்டு குறுங்கால வளைகோடுகள் மட்டும் படத்தில் காட்டப்பட்டுள்ளன. மெய்ம்மையில், குறுங்கால அளிப்பு வளைகோடு ஒரு நிலையிலிருந்து முற்றிலும் வேறுபட்ட ஒன்றிற்குத் திடீரென்று தாவிச் செல்லாது. ஆனால், ஓரளவுக்கு நிறுவனங்களில் ஒரு சிறிய கூட்டலை முடிக்கும் ஒவ்வொரு நேரத்திலும் முற்றிலும் உணர முடியாதபடி நகர்ந்து மெதுவாக வலப் பக்கத்திற்கு மிதந்து செல்கிறது. முடிவாக அஃது ஒரு நிலையை அடைகிறது. அதிலிருந்து தேவை வளைகோடும் நீண்ட கால அளிப்பு வளைகோடும்[1], சந்திக்கும் இடத்தின் வழியாக அது செல்கிறது. இது நிகழும் பொழுது (படத்தில் காட்டப் படவில்லை), தற்காலிகச் சமநிலை நீண்ட கால அளிப்பு வளைகோட்டின்

1 தொழிற்சாலை கூடுதல்கள் நேரமெடுப்பதால், இந்த நேர்வுக்கு முன்னர்த் தொடங்கப்பட்ட சில முதலீடுகள். அதற்கு முன்னர் முடிக்கப்படாமலிருக்கலாம், பின்னர்க் குறுங்கால அளிப்பு வளைகோடும். தேவை வளைகோடும் நீண்டகால அளிப்பு வளைகோடும சந்திக்குமிடத்திற்குப் பின்னால் சிறிதளவு நகரும். அப்படிப் பட்ட நிலையில் சில தொழிற்சாலைகள், ஊகிக்கக் கூடியதான பழையவற்றை, ஒரு நீண்ட காலச் சமநிலை ஏற்படுவதறகு முன்னர், ஓய்வு பெறவேண்டியிருககும. ஆனால், இதுபோன்ற 'குறி கடநது எய்' தல் விவசாய சிலந்தி வலையைப்போல், மெதுவாகச் சரிப்படுத்தும் முறையின் குணம் எடுப்பான தோற்றமுடையதாய் இல்லை.

மேல் வலமாக இருக்கிறது. அவர்களின் தொழிற்சாலையைத் திருப்பி அமைக்கச் சந்தர்ப்பம் அவர்களுக்குக் கிடைத்தால், அவர்கள் அளிக்கும் அதே அளவை நிறுவனங்கள் அவர்களின் நிலவும் தொழிற் சாலையிலிருந்து அளித்துக் கொண்டிருக்கும். மேலும் முதலீடு செய்ய ஊக்கமற்ற நிலையில் அவர்கள் இருக்கிறார்கள் என்பதை அது சுட்டிக் காட்டுகிறது. ஏனென்றால், நிலவும் விலையில் அப்போதைய தேவை யைப் பூர்த்தி செய்ய அவர்களின் அப்போதுள்ள தொழிற்சாலை போது மானதாக இருக்கிறது. நீண்ட காலச் சமநிலை அதன் பின்னர்ப் பெறப்படுகிறது.

நிற்சயமாக, இந்த நீண்ட கால சரிப்படுத்து முறை மிகவும் நீண்ட காலத்தை எடுக்கிறது. கால அளவை ஆண்டுகளில் அளக்கப்பட வேண்டும். வாரங்கள் அல்லது மாதங்களில் அன்று. வழிமேல் எதிர்க்கப் பட்ட தற்காலிகச் சமநிலைகள் ஆர்வமூட்டுவனவாக இருக்கின்றன. ஏனென்றால், பொருளாதாரச் சூழ் நிலைகளில் மாற்றங்களின் உடனடி விளைவுகளை அவை அங்கமாகக் கொண்டிருக்கின்றன. சில பொரு ளாதார மாற்றத்திற்குப் பின்னர், உடனடியாக அந்த மாதங்களில் கவனிக்கப்பட வேண்டிய விலைகளையும் உற்பத்திப் பொருள்களையும் சுட்டிக் காட்டுகிறது. இறுதியான நீண்ட காலச் சம நிலையும் தனிச் சிறப்பு வாய்ந்ததாக இருக்கிறது. தற்காலிகக் குறைபாடுகள், தொல்லை களின் விளைவுகள் அவற்றின் செல்வழிகளில் சென்ற பின்னர், பொருளின் உற்பத்திச் செலவைப் போன்ற அடிப்படை, கீழுள்ள பொருளாதார நிலைகளை வெளியிடுகிறது. திடீர்க் கட்டு மீறிய மாற் றத்தின் நேரத்தைத் தவிர, குறுங்காலச் சமநிலைகள் நீண்ட கால ஒன்றிலிருந்து மிகவும் தூரமாக இருக்காது.

சுருக்கம்

உற்பத்தி செய்யப்படும், பரிவர்த்தனை செய்யப்படும் பொருளின் அளவும், அது விற்கும் விலையும் அவற்றின் சந்தையின் நிலைமைகளால் முதற்கண் தீர்மானிக்கப்படுகிறது, அமைப்புகளில் சந்தைகள் பல் வேறு வகைகளாக இருக்கின்றன, ஆய்வதற்கு மிக முக்கியமான மூன்று போட்டிச் சந்தைகள், முற்றுரிமைகள், சில்லோர் முற்றுரிமை களாகும். சில்லோர் முற்றுரிமைகள் அமெரிக்காவில் மிகவும் பரவியுள்ள சந்தை வகைகளாக உள்ளன. இருந்தாலும் போட்டிச் சந்தைகளும் ஏராளமாக இருக்கின்றன. அவை முக்கியமான சமூக, பகுத்தாய்கிற சிக்கல்களின்மேல் செலுத்தப்படும் ஏராளமான ஆய்வு களைக் கொண்டிருக்கின்றன.

ஒரு போட்டிச் சந்தையில், விதிக்கப்படும் விலையையும் உற்பத்தி செய்யப்படும், விற்கப்படும் அளவையும் தீர்மானிக்கும் தலையாய

விவரங்களை அளிப்பு வளைகோடும் தேவை வளைகோடும் உள்ளடக்கியுள்ளன. இந்த இரண்டு வளைகோடுகளையும் ஒரே விளக்க அட்டவணையில் வரைந்தால், அவற்றின் வெட்டுதல் உற்பத்தி செய்யப்படும் அளவின் சமநிலை மதிப்புகளையும் விலையையும் காட்டும்.

ஒரு பொருளின் உற்பத்திச் செலவின் ஒரு மாற்றம் அதன் அளிப்புவளைகோட்டை நகர்த்தும் புதிய வெட்டுதல் புதிய சந்தைச் சமநிலையைத் தீர்மானிக்கும். மாதிரிக் குறியீடாய், உற்பத்திச்செலவுகளில் குறைவு அல்லது அதிகரிப்புத் தேவைவளைகோட்டின் மறுமொழியையும் சாய்வையும் சார்ந்த வீதாசாரத்தில் உற்பத்தியாளர்களாலும் வாங்குபவர்களாலும் பகிர்ந்துகொள்ளப்படுகின்றன. அதைப்போல், தேவை நிலைமைகளின் மாற்றங்கள், தேவை வளைகோட்டின் மாற்றங்களின் நிலையையும், ஒரு வேலை உருவத்தையும் பிரதிபலிக்கின்றன. இம் மாற்றங்களினுடைய விளைவுகளின் ஆய்வு, உற்பத்திச் செலவு மாற்றங்கள் அல்லது இதர அளிப்பு நிலைமைகளின் ஆய்வுக்கு ஒத்து இருக்கிறது.

தேவை, அளிப்பு வளைகோடுகளின் செயல்முறை மதிப்பீடு கடினமாகவும் நுணுக்கமாகவும் இருக்கிறது. ஆனால், பல அரசாங்க வாணிக முடிவுகளுக்கு முக்கியமானதாக உள்ளது, மிகவும் அடிப்படைப் பொருளான ஒரு வீட்டுத் தண்ணீர் அளிப்புக்கான தேவை வளைகோடு விலை மாற்றத்திற்குள்ள கருதத்தக்க எதிர்ச்செயல்களைத் திறந்து காட்டுகிறது என்று ஓர் எடுத்துக்காட்டுக் காட்டியது.

சந்தைகள் இயல்பாக அவற்றின் குறுங்கால அளிப்பு, தேவை வளைகோடுகளின் மாற்றங்களுக்கு மிகவும் விரைவில் பதில் குறிப்புத் தெரிவிக்கிறது, நீண்டகால வளைகோடுகளின் மாற்றங்களுக்கு மறுமொழிகள், பெயர் குறிப்பிடுவதுபோல், மெதுவானவையாகவும் சிக்கலானவையாகவும் இருக்கின்றன. இருந்தும், நீண்டகால வளைகோடுகள் எந்த நிலையிலும் குறுங்கால வளைகோடுகளின் நிலைகளைப் பலமாகக் கவர்கின்றன,

அறிமுகப் படுத்தப்பட்ட முக்கியக் கருத்துகள்.

சந்தை: ஒரு பொருளுக்கான சந்தை என்பது, எல்லா மக்களும் வணிக நிறுவனங்களும் வாங்குவதையும், விற்பதையும் அதை உற்பத்தி செய்வதையும் குறிக்கிறது.

போட்டிச் சந்தை: ஒரு போட்டிச் சந்தை என்பது, ஒருவகைச் சந்தையாகும். அதில் போதிய கணக்கற்ற நிறுவனங்கள் பொருள்களை உற்பத்தி செய்கின்றன. அவற்றின் உற்பத்திப் பொருள்கள் ஏறக்

குறைய ஒரேமாதிரியுள்ளன. ஆகையால் நுகர்வோர்கள் எந்த நிறுவனத்திடம்வாங்கவேண்டுமென்பதைப்பற்றிக் கவலைப்படுவதில்லை. இதர நிறுவனங்கள் விதிக்கப்படும் விலைகளின் மேல் எந்த ஒரு நிறுவனமும் மெச்சத்தக்க விளைவை ஏற்படுத்த முடியாது.

முற்றுரிமை: ஒரு முற்றுரிமை என்பது, ஓர் உற்பத்தியாளர் உள்ள ஒரு சந்தையாகும்.

சில்லோர் முற்றுரிமை: ஒரு சில்லோர் முற்றுரிமை என்பது மற்றொருவகைச் சந்தை. அதில் உற்பத்தி செய்யும் நிறுவனங்கள் மற்றவற்றின் விலைமாற்றத்திற்கு மனமார மறுமொழி அளிக்கின்றன. பல்வேறு நிறுவனங்களின் பொருள்கள் பிரித்தறியக் கூடியனவாக இருக்கும். வாங்குபவர்கள் அவற்றில் பலத்த விருபத்தேர்வைக் கொண்டிருக்கலாம்.

ஒரு நிறுவனத்தின் அளிப்பு வளைகோடு: ஒரு நிறுவனத்திற்கான அளிப்பு வளைகோடு என்பது, ஓர் அட்டவணை, விளக்க அட்டவணை அல்லது கணிதச் சூத்திரமாகும். அதன் பொருளில் அந்த நிறுவனம் எவ்வளவு உற்பத்தி செய்ய விரும்புகிறது என்பதையும் நிகழும் ஒவ்வொரு விலையிலும் எவ்வளவு விற்க விரும்புகிறது என்பதையும் அது காட்டுகிறது.

ஒரு பொருளுக்கான அளிப்பு வளைகோடு: ஒரு பொருளுக்கான அளிப்பு வளைகோடு என்பது ஓர் அட்டவணை, விளக்க அட்டவணை அல்லது கணிதசூத்திரமாகும். பொருள்களை உற்பத்தி செய்யும் நிறுவனங்கள் நிகழும் விலையில் உற்பத்தி செய்ய.. விற்க விரும்பும் அளவை அது காட்டுகிறது. அந்தப் பொருளை உற்பத்தி செய்யும் நிறுவனங்களுக்கான அளிப்புவளைகோடுகளின் (ஏறத்தாழச் சரியா யிருக்கிற) தொகை அதுவாகும்.

ஒரு நுகர்வோருக்கான தேவை வளைகோடு: எந்த ஒரு பொருளுக்குமான ஒரு நுகர்வோரின் தேவை வளைகோடும் ஓர் அட்டவணை, விளக்க அட்டவணை அல்லது கணிதச் சூத்திரமாகவும் உள்ளது, நிகழும் விலையில் நுகர்வோர் வாங்க விரும்பும் பொருளின் அளவை அது காட்டுகிறது. ஆய்வுக்குரிய பொருளின் நுகர்வோர் ஒரு குடும்பமாக, ஒரு வணிக நிறுவனமாக, ஓர் அரசாங்கப் பதிலாளாகவும் இன்னோரன்ன பிறவாகவும் இருக்கலாம்.

ஒரு பொருளுக்கான தேவை வளைகோடு: எந்த ஒரு பொருளுக்கான தேவை வளைகோடும் ஓர் அட்டவணையாகும்; விளக்க அட்டவணையாகும்; கணிதசூத்திரமாகும். நிகழும் விலையில் வாங்குபவர்கள்

வாங்கும் பொருளின் மொத்த அளவை அது காட்டுகிறது. அப் பொருளின் தனிப்பட்ட வாங்குபவர்களுக்கான தேவை வளைகோடு களின் தொகையாக அது இருக்கிறது.

குறுங்கால அளிப்பு வளைகோடு: ஒரு நிறுவனத்திற்கான குறுங்கால அளிப்பு வளைகோடு, நிகழும் ஒவ்வொரு விலையிலும் அப்போதுள்ள தொழிற்சாலையையும் வசதிகளையும் பயன்படுத்தி, அந்த நிறுவனம் உற்பத்தி செய்ய, விற்க விரும்பும் அப் பொருளின் அளவைக் காட்டு கிறது. ஒரு பொருளுக்கான குறுங்கால அளிப்பு வளைகோடு அப்போதுள்ள தொழிற்சாலையையும் வசதிகளையும் பயன்படுத்தி நிகழும் ஒவ்வொரு விலையிலும் அப் பொருளின் எல்லா உற்பத்தி யாளர்களும் உற்பத்தி செய்ய, விற்க விரும்பும் மொத்த அளவைக் காட்டுகிறது.

நீண்ட கால அளிப்பு வளைகோடு: ஒரு நிறுவனத்திற்கான நீண்ட கால அளிப்பு வளைகோடு, நீண்ட காலத்திற்கு விலை நிலைத்திருக்கும் என்ற எடுகோள்களின்மேலும் நிறுவனங்கள் அதற்கேற்பத் திருத்த முடியும்; விரிவாக்க முடியும்; குறைக்க முடியும் என்ற எடுகோள் களின்மேலும், நிகழும் ஒவ்வொரு விலையிலும் அந்த நிறுவனம் உற் பத்தி செய்ய, விற்க விரும்பும் அப் பொருளின் அளவைக் காட்டுகிறது. ஒரு பொருளுக்கான நீண்ட கால அளிப்பு வளைகோடு, அவர்களின் தொழிற்சாலைகளை மாற்றியமைத்தல், பெருக்குதல், சுருங்குதல்கள் முதலியவற்றிற்கும் போதுமான காலத்திற்கு விலை நிலைத்திருக்கும் என்ற எடுகோளின் மேல் நிகழும் ஒவ்வொரு விலையிலும் அதை உற்பத்தி செய்யும் எல்லா நிறுவனங்களும் உற்பத்தி செய்ய, விற்க விரும்பும் அப் பொருளின் அளவைக் காட்டுகிறது. ஒரு குறிப்பிட்ட விலை, தொழில், புதிய நிறுவனங்கள் நிறையத் தூண்டக் கூடிய அல்லது பழைய நிறுவனங்கள் ஒதுங்கிக் கொள்ளக் கூடிய சாத்தியத்தை அஃது அனுமதிக்கிறது.

3. அளிப்பு வளைகோடுகளுக்குப் பின்னால்

ஒரு பொருளின் விலையையும் வர்ணிகஞ் செய்யப்படும் அளவையும் தீர்மானிக்கும் இரண்டு காரணிகளில் அளிப்பு வளைகோடு ஒன்றாக உள்ளது என்று நாம் அதிகாரம் 2-ல் கற்றறிந்தோம். ஒரு தொழிலில் விலைகளையும் அளவுகளையும் எது தீர்மானிக்கிறது என்பதை நாம் அறிய வேண்டும்.

ஒரு பொருளுக்கான அளிப்பு வளைகோட்டின் உள் கருத்தைத் திருப்பியமைழ; கொடுக்கப்பட்ட ஒரு விலையில் தொழிலிலுள்ள நிறுவனங்கள் உற்பத்தி செய்ய, விற்க விரும்பும் பொருளின் அளவை அது குறிக்கிறது. தொழிலிலுள்ள தனிப்பட்ட நிறுவனங்களின் அளிப்பு வளைகோடுகளைக் கூட்டுவதால் அது பெறப்படுகிறது. ஒவ்வொரு தனிப்பட்ட நிறுவனத்தின் அளிப்பு வளைகோடும், கொடுக்கப்பட்ட ஒரு விலையில் அந்த நிறுவனம் மிகவும் லாபகரமாக உற்பத்தி செய்ய, விற்கவேண்டிய அளவை அது குறிக்கிறது. ஆகையால், மொத்த உள் கருத்துத் தனிப்பட்ட நிறுவனங்களின் பல்வேறு அளவு உற்பத்திப் பொருளின், விலை கொடுக்கப்பட்டுள்ளது. லாபத்தன்மை மேல் அமைகிறது.

வணிகரின் நோக்கு நிலையிலிருந்து ஒரு தேர்வின் பயன்களைப் பார்ப்பதன்மூலம் ஓர் உற்பத்தி, விற்பனைகளின் லாபத் தன்மையைப் பாதிக்கும் காரணிகளைக் கிரகிக்கமுடியும். ஒரு கூட்டல் விளக்க மூலத்திலிருந்து[1] அட்டவணைகள் 3—1உம், 3—2உம் தழுவப்பட்டன. உற்பத்தியாகும் விற்பனையாகும் ஒரு குறிப்பிட்ட பருமனை ஒரு வணிகன் எவ்வாறு கூர்ந்து கவனிக்கிறான் என்பதை விளக்குகிறது. ஒரு

1 H. A Funuy and H. E. Miller, ‘Principles of Accounting, introductory; 6th Ed,(Engel Wood Cliffs, N. J. Prentice Hall; inc,; 1963). p. p 250, 256.

கம்பெனியின் பொருளில் 100,000 அலகுகளை உற்பத்தி செய்து 3 டாலர் விலையில் 105,500 ஐ விற்கிற ஒரு சிறிய, எளிய கம்பெனியின் கணக்குகளை அட்டவணைகள் சுருக்குகிறது. கணக்குகள் முதல் நோக்கில் வல்லமை மிக்கதாகத் தோன்றினாலும், வரிசைக்கு வரிசை[1] படிக்கும் பொழுது அவை தானாக விளக்குந் தன்மையுள்ளனவாக இருக்கின்றன.

* அட்டவணை 3—1

A B C கம்பெனி

ஆக்கப்பட்ட பொருள்களின் செலவு அறிவிப்பு

முடிவுற்ற 1964ஆம் ஆண்டு டிசம்பர் 31 முடிய

மூலப்பொருள்கள்			
இருப்புகள், டிசம்பர் 31, 1963			$12,000
கொள்முதல்கள்	...	$87,400	
கொள்முதல் விளைவுகளும் உதவித் தொகையும்	$500		
கொள்முதல் கழிவுகள்	1,200	1,700	
நிகரக் கொள்முதல்		$85,700	
உள் சரக்கேற்ற போக்குவரத்து		875	
மொத்தம்			86,575
மொத்த இருப்புகளும் கொள்முதல்களும்			$98,575
இருப்புகள், 1964ஆம் ஆண்டு டிசம்பர் 31-ல்			9,000
பயன்படுத்தப்பட்ட பொருள்களின் செலவு			$89,575
நேர்முக உழைப்பு			66,255
ஆக்க அலுவலகச் செலவுகள்:			
மறைமுக உழைப்பு		$15,325	
வெப்பம், வெளிச்சம், சக்தி		3,000	

1 கணக்கு அறிவிப்புகளின் தெளிவு இதையும் சேர்த்துச் சிறிது ஏமாற்றக் கூடியதாயுள்ளதென்று கூறப்படவேண்டும். மட்டத்திற்குக் கீழ் நயநுணுக்கத்தின் பெரும்பகுதி மறைந்திருக்கிறது. எடுத்துக்காட்டாக, 'தேய்மானம்' பக்குவத்தில் பொருள்கள் போன்ற பதிவுக் குறிப்புகளின் மதிப்பீடு கடினமாகவும் அடிக்கடி மனப் போக்கானதாகவும் இருக்கிறது. இதைக் காட்டிலும் மிகவும் சிக்கலான நிறுவனங்களின் கணக்குகள் கேள்விக்குரிய மதிப்பீடுகளைக் கொண்டிருக்கின்றன. மதிப்பிடும் செலவுகளின் இன்னல்கள் இந்த அதிகாரத்தில் பின்னால் விவாதிக்கப்படுகின்றன.

* மூலம் H.A. பின்னியும் H.E. மில்லரும், 'கூட்டல் கணக்கின் கோட்பாடுகள்' அறிமுகம், 6ஆம் பதிப்பு; பக்கம் 250

இயந்திரச் செப்பனிடுதலும் பராமரிப்பும் ...	6,795	
தேய்மானம்		
கட்டடம்	3,200	
இயந்திரமும் துணைப்பொருள் சாதனங்களும் ...	6,000	
காப்புறுதிச்செலவு	850	
சொத்து வரிகள்	1,200	
பயன்பட்ட தொழிற்சாலை அளிப்புகள்	4,200	
சில்லறைத் தொழிற்சாலைச் செலவு	3,600	
மொத்த ஆக்க அலுவலகச் செலவு		44,170
மொத்த ஆக்கச்செலவு		$200,000
ஆக்கத்திலுள்ள பொருள்கள் டிசம்பர் 31, 1964		21,525
மொத்தம்		221,525
டிசம்பர் 31,1964-ல் ஆக்கத்திலுள்ள பொருள்களைக் கழி		12,000
ஆக்கப்பட்ட பொருள்களின் செலவு		$209 525

இதுமாதிரிக் கூட்டல் அறிவிப்பு வரலாற்றுப் பதிவாகவும் ஒரு வணிக நிறுவனம் வைத்திருக்கும் மிக முக்கியமான பதிவாகவுமிருக்கும் இருந்தாலும், ஒரு நிறுவனம் வேறு பல பொருள்களை உற்பத்தி செய்து விற்ருல், எவ்வாறு இந்தப் பதிவு மாற்றப்படுகிறது; மாற்று முடிவுகளின் விளைவுகளின் மதிப்பீடுகளுக்கான பதிவு, என்பதைப்பற்றியே நமது கவனமும் வணிகர்களின் கவலையுமாகும். மொத்த நிகர உற்பத்திப் பொருள்களின் மாற்றங்களின் விளைவைப் பார்ப்பது மிகவும் சுலபம். ஏனென்ருல், இந்த உருவங்கள் இயற்பொருள் சார்ந்த பொருளின் அளவுக்கு வீதாச்சார முறையில் மாறுகிறது. உற்பத்திப் பொருளின் அலகு 100,000 பதிலாக x-ஆக இருந்தால், நிகர விற்பனைகள் சுமார் 3x-ஆக இருந்திருக்கும். பொதுவாக, ஒரு நிறுவவம் p விலையில் x-அலகுகளை விற்ருல், அதன் விற்பனைகள் px-க்கு மிகவும் பக்கத்தில் இருக்கும்.

கணக்கில் காட்டப்பட்ட, அவற்றின் கூட்டலில், பல இனங்களின் செலவின் உற்பத்திப் பொருளின் வேறுபட்ட அளவுகளின் விளைவு மிகவும் சிக்கலாக இருக்கிறது. நேர்முக உழைப்பு, வாங்கப்பட்ட பொருள்களும் அளிப்புகளும், விற்பனையாளர்களின் ஊதியம் முதலிய பல இனங்கள் உற்பத்தி செய்யப்பட்ட, விற்கப்பட்ட அளவுக்கு நேர் வீதாசாரத்தில் மாறலாம். ஆனல், அவை மாருமலிருக்கலாம். அதிகப் படுத்தப்பட்ட அளவு மிகை நேரக்கூலி அல்லது அதிகக் கெடுதலில் முடியும். நெருக்கடியான பணி அட்டவணையை விரும்பினுல் நேர்முக

உழைப்பும் பொருள் வாங்கல்களும் உற்பத்தியான அலகுகளின் எண்களுக்குள்ள வீதாச்சாரத்தைக் காட்டிலும் அதிகமாக அதிகரிக்கலாம். மற்றொரு சார்பில், பேரளவு உற்பத்திப் பணி அமைப்பையும், அதிகத் திறமையான உற்பத்தித் தொகுதியையும் அனுமதித்தால், பின்னர், உழைப்புச் செலவுகள் உற்பத்தியான அளவின் வீதாச்சாரத்தைவிடக் குறைவாக உயரும்.

உற்பத்திப் பொருள் அதிகரிக்கும்பொழுது, இதர இனங்களின் செலவு அதிகரிக்கிறது. ஆனால், பெரிதும் ஒத்திருக்கிற அதே வீதாச்சாரத்திம் அன்று. இயந்திரம் பழுதுபார்த்தலும் பராமரிப்பும், மறைமுக

*அட்டவணை 3—2

A B C கம்பெனி

வருமான அறிவிப்பு

முடிவுற்ற 1964 டிசம்பர் 31ஆம் ஆண்டுக்கானவை

மொத்த விற்பனைகள்			$316,500
கொள்முதல் விளைவுகளும் உதவித் தொகையும்		$2,000	
கொள்முதல் கழிவுகள்		2,500	4,500
நிகரக் கொள்முதல்			$312,000
விற்ற பொருள்களின் செலவு			
முடிவுற்ற பொருள்களின் இருப்பு, டிசம்பர், 31, 1963		$20,000	
ஆக்கப்பட்ட பொருள்களின் செலவு, அட்டவணை 3-1படி		209,525	
மொத்தம்		229,525	
முடிவுற்ற பொருள்களின் இருப்பு, டிசம்பர் 31, 1964		17.000	212,525
கொள்முதலின் மொத்தலாபம்			$99,475
இயங்கும் செலவுகள்			
விற்பனைச் செலவுகள்:			
விற்பனையாளர்களின் ஊதியம்	$20,360		
விளம்பரம்	9,000		
விற்பனையாளரின் போக்குவரத்துச் செலவுகள்	8,000		
வெப்பம், வெளிச்சம்	150		

* மூலம்: H.A. பின்னியும் H.E. மில்லர், கூட்டலின் கோட்பாடும். அறிமுகம் வேது பதிப்பு, பக்கம் 25

தேய்மானங்கள்			
கட்டடம்	100		
மனைத்துணைப் பொருள்களும் இட உறுதிப்பாடும்	200		
காப்பீட்டுச் செலவு	40		
சொத்துவரிகள்	75		
இதர விற்பனைச் செலவுகள்	1,085	$39,010	
நிர்வாகச் செலவுகள்			
அலுவலர்களின் ஊதியம்	$18,000		
அலுவலக ஊதியம்	4040		
பயன்படுத்தப்பட்ட அலுவலக அளிப்புகள்	700		
வெப்பம், வெளிச்சம்	350		
தேய்மானம்			
கட்டடம்	300		
மனைத்துணைப் பொருள்களும் இட உறுதிப்பாடும்	550		
காப்பீட்டுச் செலவு	100		
சொத்துவரி	200		
தீய கடன்கள் செலவு	800		
இதர நிர்வாகச் செலவுகள்	900	25,94	64,950
கூட்டரசு வருமான வரிக்கு முன்னர் நிகர வருமானம்			$34,525
கூட்டரசு வருமான வரி			10,500
நிகர வருமானம்			24,025

உழைப்பு, இதர நிர்வாகச் செலவுகள் (எடுத்துக் காட்டாகக் கணக்குப் பதிப்பவர்களின் ஊதியம், வாங்கும் பதிலாள்களைப் போன்ற) எடுத்துக்காட்டாக இருக்கின்றன. இருந்தும், உற்பத்திப் பொருள்களின் மாற்றங்களால் இதரவிதமான செலவுகள் கவரப்பட வில்லை அல்லது புறக்கணிக்கக்கூடியவை. அலுவலர்களின் ஊதியம், சொத்துவரிகள், தேய்மானம் அலுவலகம், தொழிற்சாலையின் காப்பீடு முதலியன இந்த வகையாகும்.

ஆகையால், சுருக்கத்தில், உற்பத்திப் பொருள்கள் அதிகரிக்கும் பொழுது, பெரும்பாலான செலவுவகைகள் உயர ஏதுவாயிருக்கும். ஆனால் தொடர்பு அவ்வளவு எளிதன்று. அது மிகவும் முக்கியமானதாக இருப்பதனால், இந்த அதிகாரத்திலும் அடுத்த அதிகாரத்திலும் இத் தொடர்பை நாம் ஆய்வோம். தற்போது, ஒரு குறிப்பிட்ட அளவு உற்பத்திப் பொருளின் உற்பத்திச் செலவை $TC(x)$ என்று நாம்

எளிமையாகச் சுட்டிக்காட்டுவோம். பின்னர், நிகர விற்பனை p x க்குச் சமீபத்தில் இருக்குமென்று ஞாபகத்தில் வைத்து அதை நாம் எழுத முடியும்.

$$\text{நிகரவருமானம்} = \text{நிகரவிற்பனை} - \text{மொத்தச் செலவுகள்}$$
$$= p\,x - TC\,(x).$$

இறுதியாக, வணிகன் தன் பார்வையைச் செலுத்தும் உருவம் அதுதான்.

தற்போது விளக்கப்பட்ட முடிந்தமட்டும் பெரிய நிகரவருமானமாகக் கொடுக்கும் மிக லாபகரமான உற்பத்திப் பொருளாக x அளவாக இருக்கிறது. இந்த அளவை நிலைநாட்டுவதற்கு இறுதிநிலை ஆய்வு என்று கூறப்படும் ஒரு முறையை நாம் பயன்படுத்துகிறோம். எந்த ஒரு முடிந்த அளவு உற்பத்தியைப்பற்றி ஆழ்ந்து சிந்தித்தால், மேலும் ஓர் அலகை உற்பத்திச் செய்வதால் நிகரவருமானம் அதிகரிக்கப்பட முடியுமா என்று கேட்பது போன்றவற்றை இம் முறை அடக்கியுள்ளது. ஓர் அலகைக் குறைவாக உற்பத்தி செய்வதால் நிகர வருமானம் அதிகரிக்க முடியுமா என்பதையும் நாம் கேட்கிறோம். இவ் விரண்டு வினாவிற்கும் பதில்கள் எதிர்மறையாக இருந்தால். நிகர வருமானத்தை மட்டும் உயர்ந்த பட்சமாக்குகிற ஒன்று ஊகிக்கப்பட்ட உற்பத்தி அளவாக இருக்கிறது.

முதல் வினாவைக் கவனித்துப்பார். உற்பத்தி மேலும் ஓர் அலகு அதிகரிக்கப்பட்டால், p என்ற விலை அளவால் விற்பனைகளை அதிகரிக்கும். இறுதிநிலைச் செலவு என்று கூறப்படும் கூடுதலான அலகின் செலவால் செலவுகள் அதிகரிக்கும். பல்வேறு செலவினங்களின் நடக்கையின் ஆய்வு எவ்வளவு முழுமதிப்பாகும் என்று நமக்குக் கூறுகிறது. இந்தச் செலவு அதிகரிப்பை M C (x) (படி: இறுதிநிலை செலவு உற்பத்தி அளவில் x) [1] என்று சுட்டிக்காட்டலாம். மேலும் இயல்பான பொருள் விளக்க உறவைக் கவனி.

$$MC\,(x) = TC\,(x+1) - TC\,(x)$$

இக் கருத்துகளைப் பயன்படுத்தி, ஓர் அலகு உற்பத்தியை அதிகரிக்கும் நிகர வருமானத்தின் பலன் விற்பனையில் அதிகரிப்பு pயை

1 இறுதிநிலைச் செலவு பற்றிய இயல்பான விளக்கம் நூலுக்கு நூல் சிறிது மாறுகிறது. ஆனால், உபயோகத்திலிருக்கும் எல்லா விளக்கங்களும் சுருக்கமாக அதே கருத்தைத் தெரிவிக்கின்றன. உற்பத்தி அலகின் தேர்வின் மனப்போக்கான வற்றிலிருந்து விளக்கப் பிரச்சனை எழுகிறது. உற்பத்தி ஓரே அலகிலா, டஜன்களிலா. அல்லது குரோஸ்களிலா, ஒரு வேளை அவுன்சிலா, அல்லது டன்களிலா, அளக்கப்பட வேண்டும்? பல காரியங்களுக்காக, உற்பத்தி தொடர்பாக மாறுவது என்று நினைப்பதும் $MC\,(x) = \frac{d}{dx}TC\,(x)$. என்று விளக்குவதே மிகவும் திருப்திகரமானது.

அதிகரிப்பதாய் உள்ளது. செலவுகளின் அதிகரிப்பு MC (x) யை அது சரியீடு செய்கிறது. pயை விட MC (x) குறைவாக இருந்தால், அது தன்னுறுதியுடைய எண்ணுகை இருக்கும். அஃதாவது, நிகர வருமானம் உற்பத்தி, விற்பனையில் ஓர் அலகு அதிகரிப்பு அதிகரிக்கப் படும். எண்ணப்பட்ட உற்பத்தி அளவு நிகர வருமானத்தை உயர்த்த முடியாதபடி மிகவும் சிறியதாக இருக்கும். இறுதிநிலைச் செலவு விலையை விட ஒருபோதும் குறைவாக இல்லாவிட்டால், அஃது எப்போதும் நிகழ்ந்தால். எண்ணப்பட்ட உற்பத்தி அளவு அதிகரிக்கப்படும் என்பதைச் சுட்டிக் காட்டுவதாயுள்ளது. நமது பின் தொடர்ந்து வருகிற ஆய்வு உற்பத்தி அதிகரிக்கும்பொழுது இறுதிநிலைச் செலவு அதிகரிக்க வேண்டுமென்பதைக் காட்டுகிறது. ஆகையால் இந்த முறையால் ஒரு வருமான உச்ச நிலைப்படுத்தும் உற்பத்தி தீர்மானிக்கப் படும். இரண்டாம் வினவின் ஆய்வு அதேபோல் இருக்கிறது, மேலும் உற்பத்தியில் தொடர்ந்து வருகிற குறைகளைக் கருதுகின்றதைத் தவிர அதே கருத்துகள் பயன்படுத்தப்படுகின்றன.

ஆய்வுகளின் இணையிலிருந்து வருமான உச்ச நிலைப்படுத்தும் உற்பத்தி அளவு இரண்டு ஒப்பின்மைகளைத்[1] திருப்தி செய்கின்றதென்று நாம் முடிக்கலாம். தொடர்ந்து வருகிற அதிகரிப்புகளைக் கருதுவதிலிருந்து $MC(x+1) \nless p$ யைத் திருப்தி செய்யவேண்டும். குறைவுகளைக் கருதுவதிலிருந்து $MC(x) \ngtr p$ யைத் திருப்தி செய்ய வேண்டும். இந்த இரண்டும் வருமான உச்சநிலைப்படுத்தும் உற்பத்தி அளவை ஓர் அலகைக்கொடு அல்லது எடு என்று தீர்மானிக்கின்றன. எதிர்க்கும் ஒப்பின்மைகளின் இணையின் வாயிலாகக் கணக்கியலாரைத் தவிர வேறு ஒருவரும் நினைப்பதில்லை. ஆகையால் மிகவும் நல்லதொரு அணுகுதலால் சுருக்கிக் கூறுவது சிறந்ததாகும். வருமான உச்சநிலைப் படுத்தும், உற்பத்தி அளவு திருப்தி அளிக்கும் ஒன்றாகும்.

$$MC(x) = p.$$

இதைப் பயன்படுத்த, ABC கம்பெனி அதன் செலவு விவரங்களை ஆயவேண்டும். இறுதிநிலைச் செலவு முடிந்தவரை, அலகுக்கு 3 டாலருக்கு அருகில் இருக்கிற உற்பத்தி அளவை உற்பத்திச் செய்யவும் விற்கவும் முயற்சிக்க வேண்டும். அட்டவணை 3—1, 3—2-ல் விளக்கப்பட்ட கணக்குத் தொகுப்பு வடிவங்கள் இந்த நோக்கத்திற்கு மிகவும் வசதியானவை அல்ல. ஆனால், செலவுக் கணக்கு அறிக்கையைப் போன்ற பல துணைப்பத்திரங்களாக இருக்கின்றன.

1 உற்பத்தி நிரந்தர மாறும் தன்மையுடைதாய் இருந்தால் ஒரு சமத்திற்கு அது குறைக்கும்.

பொதுவாக, குறிப்பிடப்பட்ட p விலையை ஒத்திருக்கிற எந்தக் கம்பெனியின் அளிப்பு வளைக்கோட்டின் மேலுள்ள முனையைச் சூத்திரம் $MC(x) = p$ [1] கொடுக்கிறது. சூத்திரம் கோருகின்றதைக் காட்டிலும் அதிகமான உற்பத்தியை வாடிக்கையாளர்கள் கேட்டுக் கொண்டிருக்கும் சந்தைச் சூழ்நிலைகள் இருந்தால், அதன் பெறுகையை விட அதிகமாகக் கொடுக்கிறதைக்காட்டிலும் செலவாக இருக்கும் சில விற்பனைகளை அந்தக் கம்பெனி செய்து தொண்டிருக்கும். முந்திய அதிகாரத்தில் விவாதிக்கப்பட்ட விளைவுகளோடு நிகழும் விலையுடன் அதிருப்தி அடையும். மற்ற காரணங்களுக்காக, ஓடும் விலையை விடக் குறிப்பிடத்தக்க வகையில் இறுதிநிலைச் செலவுகள் குறைவாக இருந்தால், அந்த நிறுவனமும் கட்டுப்பாட்டுக்குள் அமையாததாக இருக்கும். ஆக இச்சூத்திரம் நெருக்கடியான ஒப்புமையை உணர்த்து கிறது. அதன்மூலம் ஒரு நிறுவனம், கொடுக்கப்பட்ட விலையில் கொடுக்கப்பட்ட உற்பத்தி அளவு திருப்திகரமானதா என்பதைத் தீர்மானிக்கிறது. அதன் அளிப்பு வளைகோடும், அதன் விலை - உற்பத்தித் தீர்மானங்களும் அவற்றின் உள்பொருளாக இருக்கின்றன.

இந்த முழு ஆய்வும் செலவுகளின் நடக்கையின் மேல் பலமாக மீந்திருக்கிறது. மேலும் அவற்றை நாம் கூர்ந்து கவனிக்கவேண்டும்.

மாறாச் செலவுகளும் மாறுஞ் செலவுகளும்

செலவுகளின் ஆய்வைப் பின் தொடர்வதற்குத் தொகுப்பாளரின் இனச் செலவுகளை மாறாச் செலவுகள், மாறுஞ் செலவுகள் என்று இரண்டு பெரும் பிரிவுகளாகப் பிரிப்பது மிகவும் பயனுடையதாகும்.

மாறாச் செவுகள், மாறாத தொழிலையும் நிறுவனத்தின் நிலையான அமைப்பையும் சார்ந்திருக்கும் பரிமான எல்லாவிதச் செலவுகளையும் அடக்கியுள்ளது. ஆனால், ஒரு கொடுக்கப்பட்ட தொழிலிலிருந்து அது மெச்சத்தக்க வகையில் உற்பத்தியின் மாற்றங்களுடன் மாறாது. மாறாச் செலவுகளின் பல இனங்கள் மேலே எதிர்க்கப்பட்டன. பொது வாக, ஒரு நிறுவனத்தின் மிக முக்கியமான மாறாச் செலவுகள் உடைமையால் தவிர்க்க முடியாதனவும், அதன் தொழிலையும் சாதனங் களையும் பராமரிப்பதும் முதலியனவாகும். தடைப்படுத்தி வைக்கப்பட்ட மூலதனத்திற்கு அல்லது கடன் பெறப்பட்ட மூலதனத்திற்கு வட்டி, ஆக்கிரமிக்கப்பட்ட நிலத்தின் வார மதிப்பு, மெதுவாகச் சேதப்படும் அல்லது இயந்திரம், கட்டடம் முதலியவற்றின் தேய்மானம், காப்பீடு மெய்ச்சொத்து வரிகள், முதலியவற்றை உள்ளடக்கியுள்ளது.

1 இந்த விவரத்தின் ஒரு முக்கியமான தருதியைக் கீழே குறிப்பிடப்படும்.

நிறுவனத்தின் தொழில் அல்லது தொழில்கள் எந்த அளவில் இயங்கி ஞலும், அது மூடப்பட்டாலும் மாதத்திற்கு மாதம் இச் செலவுகள் ஏற்படுகின்றன.

மாருச் செலவுகளின் இரண்டாவது முக்கியமான இனம், நிர்வாகத் தின் பொதுச் செலவுகளை உட்கொண்டிருக்கிறது. செயல் நிறை வேற்றப் பணியாளர்கள், இதர முக்கியப் பணியாளர்கள், கணக்குத் துறை, வாங்கும் துறை, பணியாளர்த் துறை மற்றும் நிறுவனத்தின் மத்தியப் பணிகள் எல்லாவற்றிற்கும் பணம் கொடுக்கப்படவேண்டும். மேலும் அவற்றின் செலவுகள் நிறுவனம் குறைவான மாற்ற முறையில் அல்லது முழுமையாக இயங்கினுலும் அதிகமாய் மாறமாட்டா. மாருச் செல்வுகள் முன்னுள்ள அதிகாரத்தில் விவாதிக்கப்பட்டதுபோல் நீண்ட காலச் சரிப்படுத்தல்களால் தீர்மானிக்கப்படுகின்றன.

மாறுஞ் செலவுகள் நிகழ்கால உற்பத்தி அளவைக் குறிப்பிடத்தக்க முறையில் சார்ந்திருக்கும் அளவின் எல்லாவிதச் செலவையும் அடக்கி யுள்ளன. உற்பத்தியில் ஈடுபட்டுள்ள தொழிலாளிகளின் கூலிகள் மணிக் கணக்கில் அல்லது பகுதியாகக் கொடுக்கப்படுகின்றன என்பது மாறுஞ் செலவுகளில் ஒரு முக்கியமான உள்பொருளாக இருக்கிறது. விற்பனையாளர்களின் தரகுகள், கச்சாப் பொருள்களின் செல்வுகள். வாங்கப்பட்ட இதரப் பகுதிகள், சக்தி, ஏற்றுமதி, சரக்குக் குவிப்பு மற்றும் இருப்புகளின் காப்பீடு ஆகிய எல்லாம் இவற்றின் மாதிரியாகும். ஏனென்ருல், உற்பத்தி விற்பனை அளவுகளுக்கு அவற்றின் அளவுகள், மிக வசியத்துக்குட்படத்தக்கனவாய் இருக்கின்றன. மாறுஞ் செலவு கள் குறுங்காலச் சரிப்படுத்தலுக்கிணங்க மாறுகின்றன.

உற்பத்தியுடன் எப்படிச் செலவுகள் மாறுகின்றன

ஒரு நிறுவனம், அதன் உற்பத்தி அளவை மாற்றும்பொழுது, அதன் மாறுஞ் செலவுகள் அதற்கேற்ப மாறுகின்றன. ஆனுல், இச் செலவுகள் ஒரு சுலபமான முறையில் மாருமாட்டா என்று ஏற்கெனவே பார்த்தோம். பல்வேறு உற்பத்தி அளவுகளில் நிறுவனத்தின் திறமையைப் பாதிக்கும் எல்லாக் காரணிகளையும் அவற்றின் நடப்புச் சார்ந்துள்ளது. பொது வாகக் கூறினுல், நிறுவனங்கள் மிகக் குறைந்த உற்பத்தியிலும் மிக உயர்ந்த அளவு உற்பத்தியிலும் திறமையற்றதாக இருக்க நேரிடலாம். இக் குறிப்பிடத்தக்க நிகழ்ச்சியைப் புரிந்துகொள்ளச் சிறந்த வழியும், எப்படி அது செலவைப் பாதிக்கிறது என்பதைப் பார்க்கவும், ஒரு வரைபடத்தின் எடுத்துக்காட்டைப் பார்க்கவேண்டும்.

அட்டவணை 3—3, ஒரு கற்பிதமான (Hypothetical)பொறி செய் பொருள்கள் நிறுவனத்தின் உற்பத்தியுடன் எவ்வாறு செலவுகள் மாறும்

அட்டவணை 3—3

ஒரு கற்பிதமான நிறுவனத்தின் உற்பத்தியுடன் எவ்வாறு செலவுகள் மாறுகின்றன.

மாத உற்பத்தி அலகுகள்	மாறாச் செலவு டாலர் மாதத்திற்கு	மாறுஞ் செலவு டாலர் மாதம்	மொத்தச் செலவு மாதம் டாலர்	சராசரி செலவு மாதம் டாலர்	இறுதி நிலைச் செலவு மாதம் டாலர்
100	1,000	900	1,900	19.00	9.00
200	1,000	1,600	2,600	13.00	7.00
300	1,000	2,200	3,200	10.67	6.00
400	1,000	2,800	3,800	9.50	6.00
500	1,000	3,400	4,400	8.80	6.00
600	1,000	4,050	5,050	8.42	6.50
700	1,000	4,750	5,750	8.21	7.00
800	1,000	5,550	6,550	8.19	8.00
900	1,000	6,500	7,500	8.33	9.50
1,000	1,000	8,650	8,650	8.65	11.50
1,100	1,000	10,050	10,050	9.14	14.00

என்பதைக் காட்டுகிறது. 100 அலகுகளைக் கொண்ட தொகுதிகளுக்குத் தீர்மானங்கள் எடுக்கப்படுகின்றன என்ற ஊகத்தின்மேல் மாதத்திற்கு முடிந்த உற்பத்தி அளவுகளை முதல் அணி வரிசை காட்டுகிறது. இரண்டாம் அணிவரிசை எல்லா அளவு உற்பத்தியிலும் மாதத்திற்கு 1,000 டாலராக இருக்கும் மாறாச் செலவுகளைக் காட்டுகிறது. இந்த 1,000 டாலர்கள் உற்பத்தி அளவு மாறினாலும் மாறாத தொழிலின் வாடகை, கடன் முதலீட்டிற்கான வட்டி, வரிகள், காப்பீடு, செயல் நிறைவேற்றக் குழுவின் ஊதியம், மற்றும் பலவற்றிற்குக் கொடுக்கப்படுகிறது. மூன்றாவது அணி ஒவ்வோர் உற்பத்தி அளவிற்கும் மாறுஞ் செலவுகளைக் காட்டுகிறது. மணிக் கணக்கு வேலையாட்களின் கூலிகள், கச்சாப் பொருள்கள், இதரச் செலவுகளும் தொழிலின் உற்பத்தியின் அளவை நேரடியாகப் பிரதி பலிக்கின்றன. இவற்றிலிருந்து பாக்கியுள்ள அணி வரிசைகள் தருவிக்கப்படுகின்றன.

இப்போது உற்பத்தி அளவால் இச் செலவுகள் எப்படிக் கவரப் படுகின்றன என்பதை நாம் கவனிப்போம். மிகவும் குறைந்த அளவில் மாறுஞ்செலவுகள் மாதத்திற்கு 900 டாலர்களாக இருக்கின்றன.

ஆகையால் மொத்தச் செலவுகள் (மாருச்செலவு, மாறுஞ் செலவுகளின் தொகை) மாதத்திற்கு (நான்காவது அணி) 1,900 டாலராக இருக்கின்றன. 100 அலகுகள் உற்பத்தி செய்யப்படுவதால், ஓர் அலகின் செலவு அலகின் செலவு, அல்லது சராசரி செலவு 19 டாலர்களாகும் (ஐந்தாம் அணி). முதல் தொகுதியின் இறுதிநிலைச் செலவு அலகிற்கு 9 டாலராகப் பதிவு செய்யப்பட்டுள்ளது. கண்டிப்பாகக் கூறினால், நமது விளக்கத்தை ஒத்திருக்கவில்லை, ஆனால், நிகழக்கூடிய நிலையாக இருக்கிறது. பணி உத்தரவுகள் 100 அலகுகளின் கூட்டம், தொகுதியாகக் கொடுக்கப்பட்டால், ஒன்றுமில்லாததைவிட ஒரு தொகுதியைச் செய்ய எடுக்கும் முடிவு மொத்தச் செலவு 900 டாலர்களாக அதிகரிக்கிறது. அல்லது செய்யப்பட்ட அலகு 9 டாலராகும். ஓரோ ஓர் அலகின் உற்பத்தி, எவ்வளவு செலவைக் கூட்டும் என்பதற்கு விவரங்கள் கிடைக்கவில்லை; ஓர் அலகிற்கான பேப்பர் வேலை உண்மையான பக்குவப் படுத்தலைக் காட்டிலும் அதிகமாக இருக்க நேரிடும். அதற்கேற்றாற்போல், இறுதிநிலைச் செலவு, ஒரு தொகுதி உற்பத்தியை அதிகரிப்பால் உண்டாக்கப்படும் மொத்தச் செலவில் 100 ஆவதாகும் என்று மதிப்பிட்டுள்ளோம். (வணிகர்களும் பொருளியல் நிபுணர்களும் இப்பண்பற்றவற்றுடன் பணியாற்ற வேண்டியிருக்கிறது).

இப்போது மாதத்திற்கு 200 அலகுகளாக உற்பத்தி அளவு அதிகரித்தால், மாருச் செலவுகள் பாதிக்கப்படமாட்டா. ஆனால், மாறுஞ் செலவுகள் இரண்டாம் வரிசை மாறுஞ் செலவின் தொகுதியில் காட்டப்பட்டுள்ளதைப்போல் 1,600 டாலர்களாகும். மேலும் மொத்தச் செலவு 2,600 டாலர்களாக அதிகரிக்கும். உற்பத்தி அலகுகள் 200 ஆக இருந்தால், சராசரி செலவு, அலகிற்கு 13 டாலராக இருக்கும். 100 அலகுகளைக்கொண்ட இரண்டாவது தொகுதியை உண்டாக்கச் செலவு அதிகரிப்பு 700 டாலர்களாக இருக்கும். ஆகையால், இறுதி நிலைச் செலவு, அந்த அளவு உற்பத்தியில் அலகிற்கு 7 டாலர் என்று மதிப்பிடப்பட்டுள்ளது.

நாம் திரும்பத்திரும்பப் பயன்படுத்த இருக்கும் மூன்று செலவுக் கருத்துகளை மறுபடியும் இங்கே கூறலாம்,

1. ஓர் உற்பத்தி அளவின் மொத்தச் செலவு, அதைப் பெறுவதற்கான மொத்தச் செலவாகும். அந்த அளவு உற்பத்தியில் மாருச் செலவுகள், மாறுஞ் செலவுகளின் தொகுப்பாகும். காட்டப்பட்ட T.C(x).

2. ஓர் உற்பத்தி அளவின் சராசரி செலவு என்பது, மொத்தச் செலவை உற்பத்தியால் வகுக்கப்பட்டதாகும். மாருகக் கூறினால்,

அஃது ஓர் அலகின் செலவாகும். AC(x) என்று குறிக்கப்பட்டது. விளக்கம் $AC(x) = TC(x)/x$.

3, ஓர் உறபத்தி அளவின் இறுதிநிலைச் செலவு என்பது, ஓர் அலகை அதிகமாக உற்பத்தி செய்வதால் ஏற்படும் மொத்தச் செலவின் அதிகரிப்பாகும். MC(x) என்று காட்டப்பட்டுள்ளது. விளக்கத்தின் மூலம் $MC(x)=TC(x+1)-TC(x)$. எளிய அல்ஜீப்ரா மூலம் $AC(x+1)+x[AC(x+1)-AC(x)]$.

அட்டவணை 3—3 -லுள்ள கணிப்புகளால் இம் மூன்று செலவுக் கருத்துகள் விளக்கப்பட்டன. மொத்த, சராசரி செலவுகளுக்குக் கொடுக்கப்பட்ட எண்கள் விளக்கங்களை மிக நுட்பமாகத் தொடர்கிறது. நாம் கவனித்தது போல் இறுதிநிலைச் செலவு எண்கள் தோராயமாய் உள்ளன. மொத்த, சராசரி இறுதிநிலைச் செலவுகளின் கணிதத் தொடர்புகள், இந்த அதிகாரத்தின் பிற்சேர்க்கையில் விளக்கப்படு கின்றன. இங்கு உற்பத்தி அளவு மாறும்பொழுது அவையாவும் எப்படி முறையாக வெளிப்படுகின்றன என்பதில் ஒருமுகப்படுத்த விரும்புகிறோம்.

மொத்த, சராசரி, இறுதிநிலைச் செலவுகளின் சுறுசுறுப்பான உள் பகுதிகள் மாறுஞ் செலவுகளாக உள்ளன. அட்டவணைப் பிரகாரம் முதல் 100 அலகுகளுக்கு 900 டாலர்கள் தேவைப்படுகின்றன. ஆனால், இரண்டாவது 100 அலகுகள் அந்த எண்ணிக்கைக்கு 700 டாலர்களைச் சேர்த்தது என்பதைக் கவனி. இரண்டாம் 100 அலகுகள் மனித-மணிகள்மூலமும், கச்சாப் பொருள்கள்மூலமும் இதரமாறும் உள்ளிடு கள் மூலமும் முதல் தொகுதியைவிட ஏன் குறைவாகத் தேவைப் படுகின்றன? முதல் 100 அலகுப் பொருள்களை உற்பத்தி செய்ய பணியைத்தொடங்கி விட்டால், இரண்டாம் 100 அலகுகளை உற்பத்தி செய்யவேண்டிய பெரும்பணி ஏற்கெனவே முடிந்துவிட்டது என்பது தான் பதில் ஆகும். வாங்கல் உத்தரவுகள் எழுதப்பட்டுவிட்டன, பணி வகுத்தமைப்பு உண்டாக்கப்பட்டன. இயந்திரங்கள் பொருத்தப் பட்டுச் சரிப்படுத்தப்பட்டன.[1] உற்பத்தியை அதிகரிக்க பெரிய அளவிற் கான உத்தரவுகளை எழுதி இயந்திரங்களை நீண்ட நேரத்திற்கு ஓட விட வேண்டுமென்பது போதுமானது.

[1] அச்சுப் பணி சிறந்த எடுத்துக்காட்டாகும். ஒரு குறைவான எண் ணிக்கை நகல்களுக்காக அச்சுக் கோக்கப் படம் பதிப்புத் தயாராகவேண்டிய எல்லாச் செலவும் ஆகும். பெருஞ்செலவில் அதிகரிப்பு இல்லாமல் அதிகத்தாள் களைப் பயன்படுத்தியும், பதிப்பை நீண்டநேரம் ஓட்டியும் நகல்களின் எண்ணிக் கையை அதிகரிக்கலாம். ஆக்கமுறைகள் எல்லாம் பொருத்தும் செலவிற்கும், ஓட்டச் செலவிற்குமுள்ள அதே வேறுபாட்டைக் காட்டுகிறது.

மூன்றாவது 100 அலகுகளின் தொகுதி இயங்கும் செலவிற்கு 600 டாலர்களைச் சேர்க்கிறது. மாறுஞ் செலவுகள் 2,200 டாலராகிறது. மொத்தச் செலவுகள் 3,200 டாலர்களாகவும் சராசரி செலவு 10.67 டலராகவும் ஆகின்றன. மூன்றாவது தொகுதியின் உற்பத்தி இறுதி நிலைச்செலவு அலகுக்கு 6 டாலராக உள்ளது. அது முந்திய தொகுதிகளைவிடக் குறைவாக உள்ளது. மேலும் பேரளவு உற்பத்தி செய்தால், மேலும் செலவு குறையும் என்பதைச் சுட்டிக்காட்டுகிறது. (உற்பத்தி அளவு அதிகரிக்கையில் ஆக்கம் திறமையாக அமைக்கப் படும் என்பதையும், மனிதர்களுக்குந் தேர்ச்சியடைந்த பணிகளைக் கொடுக்கலாம். பணியின் பல வளர்ச்சிப்படிகள் சிறப்பாகத் தொகுக் கலாம். குறைவான மந்தத்துடனும், குறைவான விரயத்துடனும் இருக்கும் என்ற நிலையை அடைகிறது).

நான்காவது, ஐந்தாவது 100 அலகுகளின் தொகுதிகள் செலவில் மூன்றாவதைப்போல் அதே அதிகரிப்பை உண்டு பண்ணுகிறதென்பது பேரளவு ஆக்கத்திற்கான நன்மைகளெல்லாம் மாதத்திற்கு 300 அலகுகள் உற்பத்தியில் அடையப்படுகின்றன என்று காட்டுகிறது. நான்காவது தொகுதி, மாறுஞ் செலவை 2,800 டாலருக்கும் மொத்தச் செலவை 3,800 டாலருக்கு உயர்த்தியபோதிலும், சராசரி செலவு தொடர்ந்து குறைகிறது. ஐந்தாவது தொகுதி மறுபடியும் மாறுஞ் செலவையும் மொத்தச் செலவையும் ஒவ்வொன்றிற்கும் 600 டாலர்கள் உயர்த்துகிறது. ஆனால், சராசரி செலவை மிகவும் குறைவான நிலைக்கு விழச்செய்கிறது (இறுதிநிலைச் செலவு நிலைபாக இருந்தாலும் ஏன் சராசரி செலவு குறைந்து கொண்டே போகிறது?).

ஆறாவது தொகுப்புடன் ஒரு நெருக்கடி மாற்றம் நிகழ்கிறது. இத் தொகுதி மாறும், மொத்த செலவுக்கு 650 டாலர்களைக் கூட்டுகிறது. அஃது ஒரு புதிய இறுதிநிலைச் செலவாகிய அலகுக்கு 6.50 டாலர்களைக் காட்டுகிறது. இச் செலவுத் தாவலுக்கான காரணத்தை ஆக்க நிலையில் எழ ஆரம்பிக்கும் இடையூறுகளைக் கணிப்பதன்மூலம் அறியலாம். ஒவ்வொரு தொழிற்சாலையும் ஒரு குறிப்பிட்ட திறமையை அல்லது உற்பத்தி அளவை, அது வசதியாகக் காப்பாற்ற முடியும் என்பதைப் பெற்றிருக்கிறது. அச் சிக்கனமான திறமை எண்களில் தெளிவாகக் கூறலாம் (மின்சக்தி தொழிற்சாலையின் திறமை, சுமை, வேகத் தடைகள் ஒரு வான ஊர்திக்குக் கொடுக்கப்பட்டதுபோல்). ஆனால், இவை அபூர்வமான நெகிழ்ச்சியற்ற எண்களாக இருக்கின்றன; தொழிற்சாலைகளின் குறிக்கப்பட்ட திறமைகள் ஒரு மாதிரியாக அதிகரிக் கலாம். இஃது ஏற்கப்படும்பொழுது, இயக்கச் செலவுகள் கூடுதக ஏறலாம் என்பது தொல்லையாக உள்ளது.

உண்மையில் குறிக்கோள் திறமையை அடைவதற்கு முன்னுல்' ஒரு தொழிலின் இறுதிநிலைச் செலவுகள் உயர ஆரம்பிக்கும்; அட்டவணையில் அதையேதான் பார்க்கிறோம். இஃது ஏனென்று பார்ப்பது சுலபம். ஒரு தொழிலின் உற்பத்தித் திறமையைவிடப் போதுமான அளவு குறைவாக இருக்கும்போது, ஒவ்வொரு வசதியும் போதுமானதாக இருக்கிறது. பணியாற்றுவதற்குப் போதிய இடவசதி இருக்கிறது. சாதனங்களையும் பருப்பொருள்களையும் ஆங்காங்குச் சேமித்து வைப்பதற்குப் போதிய இடமுண்டு. இயந்திரங்கள் எண்ணெயிடுவதற்காகவும் பாதுகாப்பதற்காகவும் செயற்படாமல் நிறுத்தி வைக்கப்பட வேண்டும். ஏனென்ருல், அவற்றின் இடத்தை எடுத்துக்கொள்ள கையிருப்பு இயந்திரங்கள் இருக்கின்றன. (கையிருப்புச் சாதனம் தயாராக இருப்பதால் ஓர் இயந்திரம் தகர்ந்து விழுந்து விட்டாலும் உற்பத்தி முறைகள் அதே நிலையில் இருக்கும்). ஒரு தொழில் இயல்பான திறமையை அடைவதற்கு முன்னரே, இந்தக் கட்டற்ற தேக்கம் மறைய ஆரம்பிக்கிறது. அறைகளும் பணி இடங்களும் நெருக்கமடைகின்றன, சாதனங்களை வசதியான இடங்களில் வைக்கவேண்டியிருக்கிறது. உறுப்புகள் உடையவும் மறையவும் ஆரம்பிக்கின்றன. ஓரோ ஓர் இயந்திரம் செயல்படாமல் நின்றுவிட்டால் பணி அட்டவணைகள் பயங்கரமாகத் தடுக்கப்படும். மனிதர்களும் இயந்திரங்களும் பணியற்றுக் கீழ்த் திரட்டுகளுக்கான (Sub assemblies) காத்துக் கொண்டிருக்கின்றனர். இப்படியாகப் பிற்கட்ட உற்பத்தி முறைகள் நேரமாகின்றன. தரம் குறைந்த உற்பத்தி இயந்திரங்கள் பயனுக்குக் கொண்டு வரப்படுகின்றன. மிகைநேரப் பணியாற்ற நேரிடுகிறது. சுருக்கமாகச் செலவுகள் முதலில் உணர முடியாத வகையில் உயர்கின்றன (இறுதிநிலைச் செலவுகள்). ஆனுல் பின்னர், தொல்லைகள், வசதியின்மை, வீண்செல்வு முதலியன அதிக உற்பத்தியில் ஏற்படுகின்றன.

இந்த நிலைமையை அடையும்பொழுது, முக்கியமான வணிகப் பத்திரிகை குறிப்பிட்டதுபோல், இரண்டு புகார்கள் இருக்கின்றன.

நாங்கள் நாள் ஒன்றுக்கு 24 மணிநேரம் பணியாற்றுகிறோம், சில வேளையில் வாரத்தில் 6 நாட்கள் விற்பனையைவிட வேகமாகச் செலவுகள் உயர்கின்றன. மிகைநேர ஊதியம் பெருமளவில் கொடுப்பதோடல்லாமல், பெருவாரி உற்பத்தி அட்டவணைகள் உறுப்புகளைக் கெடுப்பதால், உறுப்புகளைச் சீர்ப்படுத்த வேண்டியுள்ளது அல்லது ஒழித்துவிட வேண்டியுள்ளது.

குறுங்கால ஓட்டத்திற்கான துணை உறுப்புகளை எங்கே வைப்பது; நாம் அவற்றை முக்கியத் திரள்களில் வைக்கவேண்டியிருக்கும், இவை

செலவுகளை உயர்த்துகின்றன. உச்ச நிலைத் திறமை மிகவும் திறமை யான அளவாக இருக்கிறது. நமக்குத் தேர்ந்தெடுக்கும் நிலையிருந்தால் நாம் அதை நிறுத்திவிடுவோம்.[1]

இவ் வெல்லை மூலச் செலவுகளும் இறுதி நிலைச்செலவு அட்டவணைத் தொகுதியில் பிரதிபலிக்கிறது. மாதத்திற்கு 500-லிருந்து 600 அலகுகள் அதிகரிப்பு ஒரு சிறு பிளவை ஏற்படுத்துகிறது. ஓர் அலகுக்கு இறுதி நிலைச் செலவு 50 சென்டுகள் மட்டும் உயர்கிறது. 700-லிருந்து 800 அலகுகளுக்கான உயர்வு மிகச் செலவாக உள்ளது. அதன் பின்னர், இறுதிநிலைச் செலவுகள் உண்மையில் வேகமாக உயர்கின்றன.

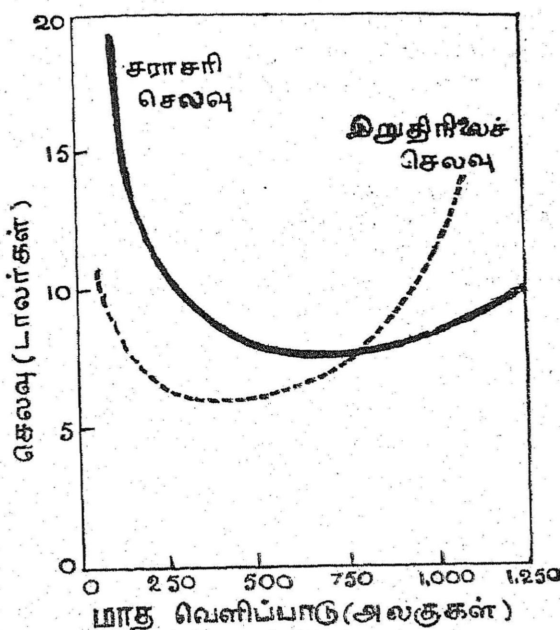
இப்போது அட்டவணையின் மீதமுள்ளதைக் கீழே கவனி. இறுதி நிலைச் செலவுகள் உயரும்போது மாறும் மொத்தச் செலவுகளின் அதிகரிப்பு வேகமாகிறது. சராசரி செலவின் குறைவு தாமதப்படு கிறது. உண்மையில் குறைவு முற்றுப் புள்ளியை அடைந்து பின்னர்த் தானாகவே திரும்புகிறது.

உற்பத்தி மட்டத்திற்கான செலவுகளின் தொடர்பு, செலவு வளை கோடுகளின் வரை படத்தால் படம் 3—1-ல் இருப்பது போல் மிகவும் தெளிவாக விளக்கப்பட்டுள்ளது. அட்டவணை 3—3-ல் கடைசி இரண்டு தொகுதிகளிலும் அந்த வரைபடத்தில் குறிக்கப்படுகின்றன. சராசரி செலவுகளின் போக்கு முதலில் உற்பத்தி அதிகரிக்கும்போது குறை கிறது. அதன் பின்னர், உயர்வு தெளிவாகக் காட்டப்பட்டுள்ளது. போராடும் இரண்டு சக்திகளின் போட்டியிலிருந்து, நாம் பார்த்தது போல் அப் போக்கு எழுகிறது. கீழ் மட்ட உற்பத்தியில், ஓர் அலகின் மாறுஞ் செலவு குறைவதாக உள்ளது. ஏனென்றால், ஒவ்வொரு தொழிலாளியும் நெருக்கடி அல்லது தாமதம் முதலியவற்றின் இடர்ப் பாடின்றித் திறமையாக உழைக்கின்றான். ஆனால், மாறாகச் செலவுகள். ஓர் அலகிற்கு உயர்வாக இருக்கின்றன. ஏனென்றால், ஒரு சிறிய உற்பத்திக்கு மாறாச் செலவுகள் பரந்த முறையில் செலவிடப்படு கின்றன. அளவின் வரிசையின் மற்றொரு முனையில் மாறாச் செலவுகள் அலகுக்குக் குறைவாயுள்ளன. ஆனால், நெருக்கடியான தொழிலின் திறமையற்ற உழைப்பு மாறுஞ் செலவுகளை உயர்த்துகின்றன. மாறாச் செலவுகளும் மாறுஞ் செலவுகளும் அலகிற்கு எவ்வளவுக்கெவ்வளவு குறைவாக இருக்கமுடியுமோ அந்த ஒரு மகிழ்ச்சிகரமான நடுநிலை இரண்டு முனைக் கோட்டுக்கிடையில் அமைகிறது. இந்த மகிழ்ச்சி நடுநிலை பின் ஆய்வுகளில் ஒரு முக்கியப் பங்கைப் பெறுகிறது.

1 வால் தெரு தொழில் காவேடு, 16, 1965, பக்கம் 1 (கொஞ்சம் பொழிப் புரை செய்யப்பட்டது).

ஒரு தனிப்பட்ட நிறுவனத்திற்கான அளிப்பு வளைகோடு

எப்படி ஒரு நிறுவனத்தின் செலவுகள் அதன் உற்பத்தி அளவால் கவரப்படுகின்றன என்பதைப் பார்த்துள்ளோம். அதன் அளிப்பு முடிவெடுப்புகளை அறிய வேண்டிய பணியின் பெரும் பகுதியைச் செய்துள்ளோம். நிறுவனம் சந்தை விலைகளில் விற்கும்பொழுது பெரும்



படம் 3—1

சராசரி இறுதிநிலைச் செலவு வளைகோடுகள்: உற்பத்தி அதிகரிக்கும்போது, முதலில் சராசரி இறுதிநிலைச் செலவுகள் குறைந்து பின்னர், ஒரு 'U' வைப் போல் உயர்கிறது.

லாபத்தைக் கொடுக்கக்கூடிய உற்பத்தி அளவை அது தேடுகிறது என்பதை நினைவில் வை. இவ் வுற்பத்தி எது என்பதைச் சந்தை விலையுடன் இறுதிநிலைச் செலவை ஒப்பிடுவதால் தீர்மானிக்கலாம் எடுத்துக்காட்டாக, போய்க்கொண்டிருக்கும் உற்பத்தி அளவில் இறுதிநிலைச் செலவு சந்தை விலையைவிடக் குறைவாக இருக்கிறது என்று வைத்துக்கொள்வோம். அதன் உற்பத்தி அளவில் ஓர் அலகு அதிகரிப்பு அந்த நிறுவனத்திற்கு அப் பணத்தைக் கொடுக்கும் ஏனென்றால், செலவுகளில் அதிகரிப்புப் (=இறுதிநிலைச் செலவு)

பயனான உற்பத்தியை விற்கக்கூடிய (=விலை) தொகையைவிடக் குறைவாக இருக்கும். உண்மையில், விலையும் இறுதிநிலைச் செலவும் சமமாக இருக்கும். அந்த அளவை அடையும்வரைக்கும் தொடர்ந்து அதன் உற்பத்தியை அதிகரிப்பது அந்த நிறுவனத்திற்குச் சாதகமாய் இருக்கும். இம் முனைவரையில், ஒவ்வோர் அதிகரிப்பின் அலகும் செலவைவிட விற்பனை வருமானங்களைக் கூட்டும். மாறாக, போய்க்கொண்டிருக்கும் உற்பத்தி அளவில் இறுதிநிலைச் செலவு விலையைவிட அதிகமாய் இருந்தால், அந்த நிறுவனம் அதன் உற்பத்தி அளவில் குறைந்தது ஓர் அலகையாவது குறைப்பதன்மூலம் அதன் லாபத்தை அதிகரிக்க முடியும். அதன் பயனாக விற்பனையின் மதிப்புப் பயனான குறைப்பை விட மாதச்செலவுகளின் குறைப்பு அதிகமாய் இருக்கும், இந்த நிலையில் விலையும் இறுதி நிலைச் செலவும் சமமாக இருக்கும் அளவுக்கு அதன் உற்பத்தியைக் குறைப்பது அந்த நிறுவனத்திற்கு நன்மையாக இருக்கும். இவ் விரண்டு நிகழ்ச்சிகளையும் ஒன்றாய் எடுத்து, நமது முந்திய தீர்மானங்களை உறுதி செய்யலாம்.

ஒரு போட்டி நிறுவனத்திற்கான மிகவும் லாபகரமான உற்பத்தி அளவு என்பது இறுதி நிலைச் செலவு சந்தை விலைக்குச் சமமாக இருக்கும் ஓர் அளவாகும்.

இது நிச்சயமாக நிறுவனத்தின் அளிப்பு வளைகோட்டை நிலை நாட்டுகிறது. சந்தை விலையுடன் எதிர்க்கப்பட்டு இறுதி நிலை உற்பத்திச் செலவு அந்த விலைக்குச் சமமாக இருக்கும் எண்ணிக்கையை அந்த நிறுவனம் உற்பத்தி செய்து விற்க விரும்புகிறது. மாறாகக் கூறினால், ஒரு நிறுவனத்தின் இறுதிநிலைச் செலவு வளைகோடு தான் அதன் அளிப்பு வளைகோடாகும். அதனால் தான் இறுதி நிலைச் செலவு வளைகோடு மிக முக்கியமாயுள்ளது.

ஒரு சந்தை விலையில் லாபத்தை உச்சப்படுத்தும் உற்பத்தியை நேரடிக் கணிப்பால் காணலாம். ஓர் அலகு 10 டாலர் விலையாக அட்டவணை 3—4-ல் அதைச் செய்யப்பட்டுள்ளது. அங்கு விற்பனைகளின் மதிப்பு (=$ 10 × உற்பத்தி) இரண்டாம் தொகுதியில் காட்டப்பட்டுள்ளது. அட்டவணை 3—3 பிரகாரம் மொத்தச் செலவு மூன்றும் தொகுதியில் காட்டப்பட்டுள்ளது. மேலும் மாத இலாபம் (விற்பனை மதிப்பிற்கும் மொத்தச் செலவுக்குமுள்ள வித்தியாசமாகும்) இறுதித் தொகுதியில் உள்ளது. இந்த விலையில் மாதத்திற்கு 900 அலகுகள் தான் மிகவும் லாபகரமான உற்பத்தி என்பதைக் காட்டுகிறது.

நேர்முகக் கணிப்பால் மிகவும் லாபகரமான உற்பத்தி அளவைக் கண்டுகொள்ள, சந்தை விலை மாறும்பொழுது அட்டவணை 3—4ஐ ஒத்த ஒன்றை இணைத்து உருவாக்கவேண்டும். ஆனால், இறுதிநிலைச்

செலவுகளின் ஓர் அட்டவணை அல்லது வரைப்படம் எந்த ஓர் இதரக் கணிப்பும் இன்றிச் சரியான அளவைக் காட்டுகிறது. அட்டவணை 3—3-னுடைய இறுதிநிலைச் செலவின் தொகுதி ஓர் அலகு 9.5 டாலர். இறுதிநிலைச் செலவில் உற்பத்தி 800-லிருந்து 900 அலகுகளுக்கு அதிகரிக்க முடியுமென்பதைக் காட்டுகிறது. ஓர் அலகு 10 டாலர் சந்தை விலையில், அந்த அதிகரிப்பு நன்மையானது. உண்மையில் இலாபத்தை 50 செண்டுகள் × 100 = 50 டாலர்களாக அஃது அதிகரிக்கும் (அட்டவணை 3—4-ல் அதைச் சரிப்பார்). அடுத்த கூட்டத்தின் இறுதிநிலைச் செலவு அலகுக்கு 11.50 டாலராகும். சந்தை விலையில் அது நன்மையற்றது. ஆக, லாப உச்ச நிலை உற்பத்தியை எந்த ஒரு கணிப்பும் இல்லாமல் 900 அலகுகள்[1] என்று காணலாம்.

நிறுவனங்கள் பல விலைகளில் அளிக்கும் உற்பத்தி அளவுகளைச் செம்மையான, நேரடிக் கணிப்பைவிட, இறுதிநிலைச் செலவு விவரங்களைப் பயன்படுத்தத் தீர்மானிப்பது நிச்சயமாக வசதியுடையதாய் இருக்கிறது. மேலே பார்த்ததுபோல், நிறுவனம் ஒரு சந்தை விலையில் அளிக்கும் எண்ணிக்கை என்பது, இறுதிநிலைச் செலவு அந்த விலைக்குச் சமமாக இருக்கும் அந்த எண்ணிக்கையாகும். இந்த நிறுவனத்தின் அளிப்பு வளைகோடு படம் 3—2-ல் காட்டப்பட்டுள்ளது.

அட்டவணை 3—4

ஒரு கற்பிதமான நிறுவனத்தின் உற்பத்திக்கு லாபங்களின் தொடர்பு

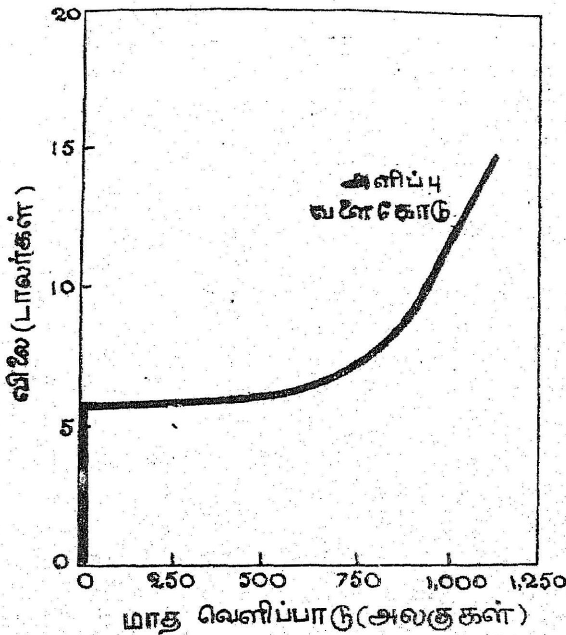
(விலை = ஓர் அலகு 10 டாலர்)

மாத உற்பத்தி (அலகுகள்)	விற்பனை மதிப்பு (டாலர்)	மொத்தச் செலவு (டாலர்)	லாபம் (டாலர்)
100	1,000	1,900*	900*
200	2,000	2,600	600*
300	3,000	3,200	200*
400	4,000	3,800	200
500	5,000	4,000	600
600	6,000	5,050	950
700	7,000	5,750	1,250
800	8,000	6,550	1,450
900	9,000	7,500	1,500
1,000	10,000	8,650	1,350
1,100	11,000	10,050	950

*நட்டம்

1 இத் தீர்வு முடிவில் இறுதிநிலைச் செலவு சந்தை விலைக்குச் சரியாகச் சமம் இல்லை என்பதைக் கவனி. சரியான சமத்துவங்கள் கணக்காளர்களுக்கும் கோட்பாட்டாளர்களுக்கும் ஒதுக்கப்பட்ட விலையுயர்ந்த ஒன்றாகும்; வணிகர்களும் நடைமுறை பொருளியலாளர்களும் தோராயங்களுடன் திருப்தியடைய வேண்டும்.

மிக லாபகரமான உற்பத்தி அளவு விலைகளோடு செலவுகளையும் சார்ந்துள்ளது என்பதைக் கவனிப்பது நல்லது. ஆகையால் சராசரி செலவு மிகவும் குறைவாக உள்ள அளவாக இருக்கவேண்டிய அவசிய மில்லை. இந்த எடுத்துக்காட்டில், சராசரி செலவு மாதத்திற்கு 800 அலகுகளான ஓர் உற்பத்தியில் மிகவும் குறைவாக இருக்கிறது. அங்கு அஃது அலகுக்கு 8.19 டாலருக்குச் சமமாகிறது. ஓர் அலகுக்கு விலை 10 டாலராக இருக்கும்போது, சராசரி செலவு 8.33 டாலருடன், மிக லாபகரமான உற்பத்தி மாதத்திற்கு 900 அலகுகளாகும். (ஓர் அலகின் விலை 12 டாலராக இருக்கும்பொழுது சராசரி செலவு என்னவாய் இருக்கும்?).



படம் 3—2

தனி நிறுவனத்தின் அளிப்பு வளைகோடு: மிகவும் குறைந்த மாறுஞ் செலவுக்குமேல் விலைகளுக்கான நிறுவனத்தின் இறுதிநிலைச் செலவு வளைகோட்டுடன் இணைகிறது. குறைவான விலைகளுக்குக் கொடுக்கப்படும் அளிப்புப் பூஜ்யமாகும்.

முன் சென்ற, எல்லாம் லாபகரமான நிலைகளின் காரியங்களைப்பற்றி யவையாகும். ஆனால், முடிந்தவரை மிகவும் குறைந்த சராசரி செலவை விடக் குறைவான விலையிருந்தால், அந்த நிறுவனம் பணத்தை இழக்க

நேரிடும். எடுத்துக்காட்டாக, ஓர் அலகு 8 டாலர் விலையாக இருந்தால் விளக்கப்பட்ட நிறுவனம் அதன் செலவுகளைச் சரிக்கட்டக்கூடிய, முடியுமான உற்பத்தி இல்லை என்று கொள்ளலாம். எனினும், நமது பகுத்தாய்வு பொருந்துகிறது. அப்படிப்பட்ட நிலையில் நட்டத்தை தவிர்க்க முடியாது. ஆனால், இறுதி நிலைச் செலவும் விலையும் சமமாக இருக்கும் உற்பத்தியில், இந்த உதாரணத்தில் 800 அலகுகள் உற்பத்தி, அவை முடிந்த மட்டும் குறைவாக இருக்கும். இருந்தாலும் விலைகள் மிகவும் குறைவாக இருந்து, அவை நிலவினால், உற்பத்தி செய்வது அந்த நிறுவனத்திற்கு நன்மையன்று. நமது எடுத்துக் காட்டில் 6.75 டாலர் விலை அப்படிப்பட்ட ஒரு விலையாகும். அது சந்தை விலையாக இருந்து, அந்த நிறுவனம் 600 அலகுகளை உற்பத்தி செய்தால், அதனால் விற்பனை வருமானம் 4,050 டாலர்களாகும், அஃது அந்த உற்பத்தி அளவின் மாறுஞ் செலவுகளை ஓரளவு சரிக் கட்டும் (அட்டவணை 3—3 ஐப்பார்). வேறு எந்த ஓர் உறபத்தி அளவிலும், மாறுஞ் செலவுகள் 6.75 டாலர் விலையில் அல்லது குறைவில், விற்பனை வருமானத்தைவிட அதிகமாய் இருக்கும். எடுத்துக் காட்டாக, 1,000 அலகுகளின் ஓர் உற்பத்தியின் மாறுஞ் செலவைப் பார். அவை 7,650 டாலர்களாகும். அது 6.75 டாலரை 1,000 தடவைக்கு மேல் இருக்கிறது. ஆதலால், அந்த விலையிலும் அதற்குக் குறைந்த விலையிலும் நிறுவனம் எந்த அளிப்பையும் அளிக்காது. ஒரு சில உற்பத்தி அளவில் மாறும் உற்பத்திச் செலவுகளைச் சரிக் கட்டக்கூடிய போதிய அளவு அதிகமான எல்லா விலைகளுக்கும் நேர்மையானதாக இருக்கும் இறுதிநிலைச் செலவு வளைகோட்டைப் போல் நிறுவனத்தின் அளிப்பு வளைகோடும் அதுவேயாகும் என்பதை முடிவு பண்ணலாம். குறைந்த விலையில் நிறுவனம் எந்த ஓர் அளிப் பையும் அளிக்காது.

தொழிலுக்கான அளிப்பு வளைகோடு

நிறுவனத்தின் செலவு வளைகோடுகள் அதன் அளிப்பு வளை கோட்டைத் தீர்மானிக்கிறது. அஃதாவது ஒவ்வொரு நிகழும் விலை யிலும் அஃது அளிக்கும் அளவாகும் (உண்மையில், அதன் அளிப்பு வளைகோட்டைப் போலவே அதன் இறுதிநிலைச் செலவு வளைகோடும் இருக்கிறது. இல்லாவிடில் விலை மிகவும் குறைவாக இருப்பதால், எந்த ஓர் உற்பத்தி அளவும் அதன் சாரசரி செலவுகளைச் சரிக்கட்ட முடியாது. அக் குறைந்த விலையில் நிறுவனம் எதையும் உற்பத்தி செய்யாது). மாறாக நிறுவனத்தின் அளிப்பு வளைகோடு தொழிலின் அளிப்பு வளை கோட்டைத் தீர்மானிக்க உதவுகிறது. ஏனென்றால் ஒரு விலையில் அளிக்கப்படும் ஒரு பொருளானது, அப் பொருளை உற்பத்தி செய்யும் எல்லா நிறுவனங்களும் அந்த விலையில் அளிக்கும் கூட்டுத்தொகை

யாகும். முந்திய அதிகாரத்தில் ஊகித்துக் கொண்டதுபோல் தொழிலுக்கான அளிப்பு வளைகோடு பொதுவாக மேல்நோக்கிச் சாயும் வடிவமுடையதாயிருக்கும். ஏனென்றால், தொழிலில் அடங்கும் தனி நிறுவனங்களின் அளிப்பு வளைகோட்டின் வடிவமும் இதுவேயாகும். ஒவ்வொரு விலை அளவிலும், அதன் இறுதிநிலை உற்பத்திச் செலவு பொதுச் சந்தை விலைக்குச் சமமாக இருக்கும். அந்த அளவை ஒவ்வொரு நிறுவனமும் விற்க விரும்புகிறது. ஆனால், இந்த விலை குறைந்தபட்சம் அதன் சராசரி மாறுஞ் செலவைச் சரிக்கட்ட வேண்டும். அதன் விளைவாக, விலை உயர்வாக இருந்தால், ஒவ்வொரு நிறுவனமும் அதிகமான அளவை அளிக்கும். இப்படியாகத் தொழில் அளிப்பு வளைகோட்டுக்கு எதிர்பார்த்த வடிவம் அளிக்கப்படுகிறது.

விலைக்கும் (நிறுவனங்களால் கொடுக்கப்படுவது) விற்கப்படும் அளவுக்கும் (வாங்குபவரால் முடிவு செய்யப்படுவது) உள்ள பின்னிய செயல் விளைவு, நாம் பார்த்ததுபோல் சிக்கலாக உள்ளது. நிறுவனங்கள் அளிப்பு வளைகோட்டிற்குத் தூரத்திலுள்ள ஓர் அளவை விற்றுக் கொண்டிருப்பதைப் பார்த்தால், விலைகளைச் சரிப்படுத்துவதற்குத் தூண்டப்படுகிறார்கள். அதனால் அவர்கள் அதைச் செய்கிறார்கள் இதன் விளைவாகப் பலத்த சந்தை இடையூறு ஏற்படும் காலங்களைத் தவிர, பெரும்பாலான நிறுவனங்கள் அவர்களின் அளிப்புவளை கோடு களால் குறிக்கப்பட்ட அளவிற்குச் சமீபத்தில் உற்பத்தி செய்கின்றன.

அதன் விளைவாக ஒரு போட்டிச் சந்தையில் விற்கப்படும் பொருளின் விலை, தொழிலின் ஒவ்வொரு நிறுவனத்தின் இறுதிநிலைச் செலவுக்குச் சமமாக, அல்லது, சுருக்கமாக உற்பத்தி செய்யும் பொரு ளின் இறுதிநிலைச் செலவுக்கு இருக்க நேரிடும். இதற்குக் காரணம் என்னவென்றால், தொழிலின் ஒவ்வொரு நிறுவனமும் அதன் இறுதி நிலைச்செலவு பொதுச் சந்தை விலைக்குச் சமமாக இருக்கும் அந்த எண்ணிக்கையை விற்க விரும்புகிறது. இருந்தாலும், சந்தை விலைக் கேற்ப அளிக்கப்படும் அளவு, தேவைப்படும் அளவை அதிகரிக்கா விட்டால் விலைமாறும் (இரண்டாம் அதிகாரத்தில் பார்த்ததுபோல்). அளிப்புகளும் அதற்கேற்ப மாறும். சமநிலை மறுபடியும் ஏற்படுத்தப்படும் போது, நிறுவனத்தால் உற்பத்தி செய்யப்பட்ட ஒரு கூடுதலான அலகின் செலவு புதிய சந்தை விலைக்குச் சமமாக இருக்கும்.

அவற்றின் செலவு வளைகோடுகள் போதிய அளவு வேறுபட்டி ருந்தாலும், தொழிலின் எல்லா நிறுவனங்களுக்கும் இறுதிநிலைச் செலவு அதேபோல் இருக்கும். நிறுவனங்கள் திறமையாக இயங்கிக் கொண் டிருந்தால், ஒவ்வொன்றும் மிகவும் குறைந்த செலவில் உற்பத் தியைச் செய்துக்கொண்டிருக்கும். மொத்தத் தொழிலும் மிகக்குறைந்த

செலவில் அதன் மொத்த உற்பத்தியைச் செய்துகொண்டிருக்கும். இது தொடர்கிறது. ஏனென்றால், தொழிலின் நிறுவனங்கள் எல்லாவற்றிற்கும் அதே இறுதிநிலைச் செலவுகள் இருக்கும்பொழுது நிறுவனத்திலிருந்து மற்றொன்றிற்குச் சில உற்பத்தியை மாற்றுவதன்மூலம் தொழிலின் செலவுகளைக் குறைக்கமுடியாது. உற்பத்தியைச் சரியீடு செய்ய அதிகரிக்கும் நிறுவனத்தின் கூடுதலான செலவுகளால் உற்பத்தியைக் குறைக்கும் நிறுவனத்தின் செலவுக் குறைப்புகள் சரிக்கட்டப்படும். மாறாகக் கூறினால், தொழிலின் உற்பத்திப் பணி திறமையாகச் செயலாற்றும் நிறுவனங்களுக்கு, ஒரு மைய ஏவுரையின்றிப் பகிர்ந்தளிக்கப்படுகிறது. சந்தைச் சிக்கனத்தின் தானே சரிப்படுத்தும் சொத்துகளில் இஃது ஒன்றாகும்.

நாம் இப்போது பார்க்க இருப்பதுபோல், போட்டிச் சந்தைகளைத் தவிர, மற்றவற்றிற்குப் பொருந்தாது என்று எச்சரிக்கப்படுகிறது. தனி நிறுவனங்களின் இறுதி நிலைச் செலவுகளைச் சந்தை விலையின் போக்குக்குக் கொண்டுவரும் சரியான அழுத்தங்களின் தோற்றங்களைச் சார்ந்துள்ளது.

சுருக்கத்தில், நிறுவனம் தொழில் ஆகிய இரண்டின் அளிப்பு வளைகோடுகளும் இப்போது விவரிக்கப்பட்ட தத்துவங்களுக்கேற்ப, வணிகர்களின் லாப-உச்சப்படுத்தும் தீர்மானங்களின்மூலம் நிகழ்கிறது. ஒரு சந்தை விலைக்கேற்ப தொழிலால் அளிக்கப்படும் அளிப்பு, அத்தொழிலிலுள்ள நிறுவனங்களின் மொத்த அளிப்பாகும். இறுதிநிலைச் செலவு சந்தை விலைக்குச் சமமாக இருக்கின்ற அந்த அளவிற்கேற்றவற்றை ஒவ்வொன்றும் உற்பத்தி செய்யும். இந்த நடக்கை அந்த விலைக்கேற்ப அளிப்பு வளைகோட்டின் முனையைத் தீர்மானிக்கிறது.

அளிக்கப்படும் அளவு அவ் விலைக்கான தேவை வளைகோட்டின் மேலுள்ள முனையை ஒத்திருந்தால், நுகர்வோர்கள் திருப்திப்படுவார்கள். மேலும் அச் சந்தை விலை நிலைக்கும். இல்லாவிடில் அளிப்பும் தேவையும் சமப்படுத்தும் விலையை ஏற்படுத்தும்வரைக்கும், அதிகாரம் 2-ல் விவரிக்கப்பட்டதுபோல் சரிப்பாடு வகைகள் நிகழ்வுறும். இந்த நிலையில், கொடுக்கப்பட்ட சந்தை விலையில் ஒவ்வொரு நிறுவனமும் உயர்ந்த அளவு லாபத்தைப் பெறும். நுகர்வோர்களின் தேவைகள் பூர்த்தி செய்யப்படுகின்றன. தொழிலின் சாதனங்களும் நடப்புக் கருவிலைத் தொகுதியும் (output) கொடுக்கப்பட்டு, மிகவும் குறைந்த செலவில் தொழிலின் மொத்த உற்பத்தி செய்யப்படுகிறது.

ஆனால், இஃது ஒரு தற்காலிகச் சாதிப்பாகும். நாம் விவாதித்த சந்தை முறைகள் உற்பத்திச் சாதனங்களின் இருப்புத் தொழில் சிறந்த

முறையில் பயன்படுத்த வழி செய்கிறது. ஆனால் அந்த இருப்புச் சாதனங்கள் நடப்பு நிலைத்தேவைக்குப் பொருத்தமற்றனவாய் இருக்கலாம். தொழில், மிகை சேகரிப்புள்ளனவாய் இருக்கலாம் (நிலக்கரியைப் போல்). அல்லது, வளரும் பொருளாதாரத்தில் வழக்கமாயுள்ளதுபோல் குறை சேகரிப்புள்ளனவாய் இருக்கலாம் (வண்ணத் தொலைக் காட்சியைப்போல்). பின்னர், நீண்டகாலச் சரிப்படுத்தல்கள் தூண்டப்படுகின்றன. அதை இப்போது பார்ப்போம்.

முதலீட்டுத் தீர்மானங்கள்

ஒரு நிறுவனத்தின் மிகை லாபகரமான உற்பத்தியளவை, அதன் நடப்புத் தொழிற்சாலையும், அமைப்பும் கொடுக்கப்பட்டுள்ளதாகக் கொண்டு ஆய்வு செய்து கொண்டிருக்கிறோம். இந்தச் சந்தர்ப்பத்தில் விவாதிக்கப்பட்ட தீர்மானங்கள், தொழிற்சாலைக் கம்பெனிக்கு அப்போதுள்ள சாதனங்களைச் சிக்கனமாகப் பயன்படுத்துதலையும், அல்லது பெருநோக்கில் முழுத்தொழில், அல்லது பொருளாதாரத்தைப்பற்றியும் ஈடுபாடு கொண்டிருக்கின்றன. ஆனால், ஒரு கம்பெனியின் வளர்ச்சியும் செழிப்பும் அல்லது ஒரு பொருளாதாரத்தின் வளர்ச்சியும் அதன் அங்கத்தினர்களின் சொத்தும் மாறு மூலதனத்தை விவரிக்க முதலீடு செய்யும் ஒரு வேறுபட்ட தீர்மானத்தைத் தீர்மானங்களைச் சார்ந்துள்ளன. இத் தீர்மானங்கள் உண்மையில் தவிர்க்க முடியாத நீண்டகால விளைவுகளைக் கொண்டுள்ளன.

முதலீடு தீர்மானங்களினுடைய காரணங்கள், விளைவுகளின் ஒரு முழு விவாதம் இந்த நூலின் நோக்கத்திற்கப்பாலும் இயக்கநிலைப் பொருளாதாரத்தின் ஆட்சிக்குள்ளும், வளர்ச்சிக் கோட்பாட்டுக்குள்ளும் இழுத்துச் செல்லும். ஆனால், சில மிக முக்கியமான முதலீட்டுத் தீர்மானங்கள் நமது நோக்கத்திற்குள் இருக்கின்றன. அவை, விவரிக்கப்படவேண்டியனவாகும். ஏனென்றால் அவை, நமது மையக் கருத்தாகிய சந்தை சரிப்படுத்துமுறையின் பகுதியாக இருக்கின்றன. இத் தீர்மானங்கள்தாம் நிலையான தொழிலின் நீண்டகால அளிப்பு வளைகோடுகளைத் தீர்மானிக்கின்றன.

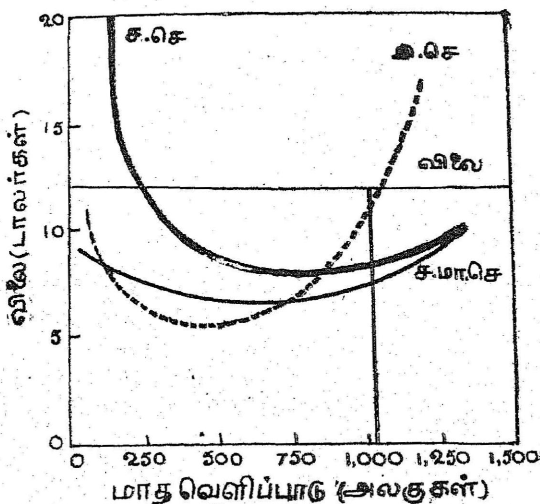
முற்பகுதியில் விளக்கப்பட்ட சரிப்படுத்து முறை, எப்படி முதலீட்டுத் தீர்மானங்களுக்கான கட்டங்களை அமைக்கிறது என்று கருதுவதன் மூலம், இப் பிரச்சனையைத் தடுமாறச் செய்யலாம். ஒரு தொழிலும் அதன் நிறுவனங்களும் அவற்றின் நிகழ் இருப்பு மாறு மூலதனத்திற்கேற்பச் சமநிலை விலையையும் உற்பத்தியையும் அடைவதாக எண்ணிக்கொள், ஒரு நூதன நிறுவனத்தின் நிலைமை உருப்படம் 3—3-ல் காட்டப்பட்டுள்ளதுபோல் இருக்கும். இந்த உருப்படம் சராசரி, இறுதி

நிலை வளைகோடுகளையும், நிகழும் விலை AVC என்று குறிக்கப்பட்ட சராசரி மாறும் செலவு வளைகோடுகளையும் காட்டுகிறது. இறுதியில் கூறப்பட்ட ஒன்று ஒரு புதிய கருத்தாகும். ஆனால், தெளிவானது. சராசரி மாறுஞ் செலவுகள் என்பது ஓர் அலகு உற்பத்தியின் மாறுஞ் செலவாகும். அல்லது மாறுஞ் செலவை உற்பத்தியால் வகுக்கப் பட்டதாகும்.

தொழில் தெளிவாகச் செழிப்படைகிறது. மிக லாபகர உற்பத்தி அளவில் விலை சராசரி செலவுக்கு மேலுள்ள நிகழ்ச்சியால் அது காட்டப்பட்டுள்ளது (1,050 அலகுகள், அங்கே இறுதிநிலைச் செலவு விலையைச் சமப்படுத்துகிறது). அந்த உற்பத்தி அளவில் சராசரி செலவு அவற்றின் குறைவான அளவுக்குமேல் இருக்கிறது. அதைப் போலவே சராசரி மாறுஞ் செலவுகளும், நெருக்கடிக்கும் மிக்க சுமைக்கும் சில செலவுகளைச் செய்யாமல் லாபகரமான உற்பத்தி விகிதத்தைச் செய்ய முடியாதபடி அப்போதுள்ள தொழிற்சாலை மிகவும் சிறியதாய் உள்ளது என்பதைக் குறிக்கிறது. மிகுதியாக இயங்கும் ஒரு தொழிற்சாலையின் செலவுகளையும் தலை வேதனையையும் தவிர்க்கும் தெளிவான வழி அதை விரிவுபடுத்துவதாகும். தொழிற் சாலையை விரிவுபடுத்துவதா? அப்படியானல், எவ்வளவு என்பதை முடிவு செய்யும் கட்டம் உருவாக்கப்படுகிறது.

தொழிற்சாலை பரப்பீட்டின் சாதக பாதக விளைவுகளை நிறுத்துப் பார்ப்பதன்மூலம் தீர்மானம் அடையப்படுகிறது. சாதக விளைவுகள் தொழிலின் இடர்ப்பாடுகளைக் குறைப்பது, கூட்டம், பொது மிகைப் பணியைக் குறைப்பதாகும். சாரசரி மாறுஞ் செலவுகளின் ஒரு குறைப் பால் கோட்டுப் படத்தின்மூலம் அது பிரதிபலிக்கப்படுகிறது. எவ்வளவு செலவுகள் குறைக்கப்படுகின்றனவென்பது, தொழிற்சாலை எவ்வளவு தூரம் விரிவுபடுத்தப்படுகிறதென்பதைப் பொறுத்திருக்கிறது. சிக்கனமாக இருக்காத கோடி முனையில், அலகுக்குக் குறைந்த விலை யான 6.75 டாலர்வரை குறைக்கமுடியும் என்பது வரை படத்தில் தோன்றுகிறது. இஃது அலகுக்கு 1.15 டாலரையும் ஆண்டுக்கு 14.500 டாலர்களையும் சேமிக்கும். சரியாக ஆராய்ந்தால் அதே முடிவுக்கு அழைத்துச் செல்லும் இரண்டில் ஒரு வழியால் பாதக விளைவுகளைக் கவனிக்க முடியும். அடிப்படையாகத் தொழிற்சாலை விரி வாக்கம் பணச்செலவாகும். முதற்கண் தொழிற்சாலையைக் கட்டு வதற்கும் சாதனங்களை வாங்குவதற்குமான மூலதனச் செலவு இருக் கிறது. அதன் பின்னர், சொத்துவரிகள், காப்பீடு முதலியவற்றுக்கான மாறாச் செலவுகளின் தொடர்ச்சி இருக்கிறது. இத் தொடர் ஓட்டத்தை இணைவான மாறாச் செலவுகள் என்று குறிக்கலாம்.

இதுவரையிலும், ஒரு நிறுவனம், அதன் தொழிற்சாலையை விரிவு படுத்தினால், மாறுஞ் செலவிலிருந்து இணையான மாறாச் செலவுகளைக் கழிக்கப்பட்ட குறைப்பிற்குச் சமமான ஆண்டுச் சேமிப்பைப் பெறும் என்பதைப் பெற்றுள்ளோம். அதே சமயத்தில் விரிவாக்க காலத்தில்



படம் 3—3

நிறுவனத்தின் குறுங்கால சமநிலை: இறுதிநிலைச் செலவு விலையைச் சமப்படுத்துகிறது; ஆனால் சராசரி செலவு குறைவாக இருக்கலாம்.

மூலதனச் செலவுக்காக அச் சேமிப்பைச் செலவிடவேண்டும் என்பதையும் அறிகிறோம். மூலதனத் தீர்மானங்களின் அடிப்படை வினாவிற்கு எதிராக இருக்கிறோம். மூலதனச் செலவை நியாயப் படுத்தும்படியான பெரியதொரு சேமிப்பு இருக்கிறதா? எடுத்துக் காட்டாக, ஆண்டுக்கு 12,000 டாலர்களான தோற்றச் சேமிப்பு ஒரு 36,000 டாலர் முதலீட்டிற்கு அதிகாரம் கொடுக்கும் அளவு பெரிய தாகுமா? நீண்ட காலத்தில், ஒரு வேலை 15 ஆண்டுகள், சேர்க்கப்படும் சேமிப்புடன் இப்போது ஏற்படும் செலவை எப்படி ஒப்பிடுவது என்பது வினாவின் சரத்தாகும்.

நாம் கூறியதுபோல் இரண்டு வழிகளில் அதைச் செய்யலாம் எதிர்பார்க்கும் சேமிப்புகளின் ஓட்டத்தை ஒரே பணத் தொகுப்பாக மாற்றுவது ஒன்று. அக் கம்பெனிக்கு அவ்வோட்டம் எவ்வளவு மதிப்புடையது என்பதைக் காட்டுகிறது. அஃதாவது, அச் சேமிப்பைப் பெற எவ்வளவு கொடுக்க அது விரும்பும் என்பதாகும். இக் கூட்டுத்

தொகை சேமிப்பின் 'தற்போதைய மதிப்பு' (Present value) என்று அழைக்கப்பட்டு மூலதனச் செலவுடன் ஒப்பிடப்படுகிறது. மற்றொரு முறை, மூலதனச் செலவை ஓர் ஆண்டு ஓட்டமாக மாற்றி, அதை நேரடியாகச் சேமிப்புடன் ஒப்பிடுவதாகும். நாம் தேர்ந்தெடுக்கும் மாற்று வகை இதுதான். ஏனென்றால், வருமான அறிவிப்புகளின் தேய்மானக் கணக்கை அது விளக்குகிறது. ஆக, அது மாருச் செலவின் கருத்தைப் புரிந்துகொள்ள இன்றியமையாததாக இருக்கிறது. இவ்விரண்டு செல் வழிகளும் நிச்சயமாக, அதே சூழ்நிலைகளில் அதே முடிவுகளுக்கு நடத்திச் செல்கின்றன.

ஒரு மூலதனச் செலவு எப்படி மாருச் செலவுகளின் ஆண்டு ஓட்டமாக மாற்றப்படுகிறது என்பதை அறிவதற்கு மிகச் சிறிய எளிமையான ஒரு செய்தியுடன் ஆரம்பிக்கலாம். ஓராண்டு மட்டும் நிலைத்திருக்கும் மாருச் செலவுதான் இது. எடுத்துக்காட்டாக, ஒவ்வோர் ஆண்டும் அதன் கார்வண்டிகளை ஓய்வுபெறச் செய்யும் ஒரு கார்-வாடகைக் கம்பெனியால் வாங்கப்படும் மேட்டார் வண்டியைக் கூறலாம். ஒரு புதிய கார், 3,000 டாலர்கள் விலையாகிறது என்றும், ஓர் ஆண்டிற்குப் பின்னர், மறு விற்பனை மதிப்பு 1,800 டாலர்கள் என்றும் ஊகித்து அதை அடைந்திருக்கும், இயங்கும் செலவையும் விவரிப்போம். முதலில் அதன் தேய்மானம், அஃதாவது 1,200 டாலர்கள் மதிப்புக் குறைகிறது. பின்னர், காப்பீடு, வரிகள், அனுமதிக் கட்டணம் முதலியன, சுருங்கக்கூறின், இணையான மாருச் செலவுகள் இருக்கின்றன. அதன் பின்னர், காரை வாங்கவேண்டிய பணம் கடனுகப் பெறவேண்டியிருக்கும். அப்படியானுல், வாங்கும் விலையின் வட்டி மாருச் செலவின் பகுதியாகும். ஆனுல், கம்பெனி தன் சொந்தப் பணத்தின் மூலம் வாங்கினுலும் வட்டி மாருச் செலவின் பகுதியாக இருக்கும். ஏனென்ருல், தன் சொந்த நிதியிலிருந்து கம்பெனி காரை வாங்கினுல், வட்டியை இழக்கிறது. அந்த நிதியைக் கடன் அளித்து வட்டி பெறலாம், பத்திரத்தில் முதலீடு செய்யலாம்; அல்லது வேறு லாபகரமான வழியில் பயன்படுத்தலாம்[1]. இவைதாம், மாருச் செலவின் பெரும் உள் உறுப்புகளாகும். தேய்மானம் வட்டி ஆகியவற்றை, ஆனுல் வாங்கும் விலையில்லை; அவற்றை உள்ளடக்கியுள்ளது என்பதைக் கவனி. அதோடு, கார் செயல்படுவதன் மாறுஞ் செலவுகளும் இருக்கின்றன.

1. கணக்கர்களும் பொருளியலார்களும் இங்குள்ள ஒரு கருத்தில் வேறுபடுகின்றனர். கணக்கர்கள் ஒப்பந்த இயல்புடைய வட்டியையும் கடன் நிதியின் வட்டியையும் மட்டும் தங்கள் பதிவேட்டில் சேர்க்கின்றனர். ஆனுல் வணிகர்கள், பொருளியல் நிபுணர்களைப்போல், அவர்கள் விரும்பும் முதலீடுகளைப்பற்றி முடிவு செய்கின்றனர். முழுச் செலவையும், இதரச் செலவுகளையும சரிக்கட்டும் படியான போதிய வருமானத்தை அளிக்கும் என்று உறுதியளிக்காவிட்டால் ஒரு சொத்தைப் பெறுவது நன்மையன்று.

சுருக்கமாக, கார் வாங்குவதற்குத் தகுதியானதாக இருந்தால், இயக்கங்களின் மாறுஞ் செலவுகள், இணையான மாறாச் செலவுகள், முதலீட்டின்மேல் வட்டி, தேய்மானம் ஆகியவற்றின் கூட்டலைச் சரிக்கட்டப் போதுமான மொத்த வருமானத்தை ஈட்டுவதற்கு அக்கம்பெனி எதிர்நோக்க வேண்டும். இல்லாவிடில் கார் இல்லாமல் கம்பெனி மேம்பட்ட நலமுடையதாய் இருக்கும். மாறுஞ் செலவுகளின் நிகர வருமானம் ஒரு புறமும் இணையான மாறாச் செலவுகள், வட்டி, தேய்மானம் ஆகியவற்றின் கூட்டல் தொகை மற்றொரு பக்கமுமாக இருப்பது சரியான ஒப்பீட்டை உண்டாக்கும்.

அடுத்த கட்டம் முக்கியமான இடையூறை அறிமுகப்படுத்துகிறது; மேலும் தெளிவாக்கி விடையளிக்கிறது. இஃது இரண்டாண்டுகளுக்கு[1] நிலைக்கும் ஒரு சொத்தை வாங்குவதற்கு முடிவு செய்வதாகும். இதைக் கெட்டிப்படுத்த, சொத்து வாடகை மோட்டார் வண்டி என்றும், அது 3000 டாலர்கள் விலையாகிறதென்றும், இரண்டாண்டுகளுக்குப் பின்னர், மறுவிலை 800 டாலர்களாக உள்ளதென்றும் எடுத்துக்கொள்வோம். தேய் மானத்தைத் தவிர, முன்னதைப் போல், மாறாச் செலவின் உள் உறுப்புகளெல்லாம் அடையப்படுகின்றன. முழுக்காலத்திற்கும் வாடகை மோட்டார் தேய்மானம் 2,200 டாலர்களாகின்றன. ஆனால் முதல் ஆண்டுக்குத் தேய்மானம் எவ்வளவு; இரண்டாம் ஆண்டுக்குத் தேய்மானம் எவ்வளவு என்று எப்படிக் கணக்கிடுவது?

இரண்டு தத்துவங்களின் உதவியால் இந்த வினாவிற்கு விடையளிக்கலாம். ஒன்று, தேய்மானச் செலவு எல்லா (இரண்டு) ஆண்டுகளுக்கும் அதுவேயாகும். இரண்டாவது, அதைத் தேர்ந்தெடுக்க வேண்டும், ஏனென்றால், சொத்து மாறுஞ் செலவுகளையும் மாறாச் செலவுகளையும் போதிய அளவு சரிக்கட்டும்படி சம்பாதித்தால் அதை வாங்குவது தகுதியாகும். ஒவ்வோர் ஆண்டும் கடன் கழிவு நிதி (Sinking fund) என்று கூறப்படும் ஒன்றை அதற்காக ஒதுக்கப்படுகிறது என்று எண்ணிக்கொள். கடன் கழிவு நிதி, சொத்தின் ஓய்வுத் தேதியில், மொத்த வாழ்வு தேய்மானத்தின் தொகைக்கு ஈடாகும்வரை சேர அனுமதிக்கப்படுகிறது. ஏனென்றால், அப்படிப்பட்ட ஒரு கடன் கழிவு நிதியுடன் ஓய்வு பெறும் தேதியில் கம்பெனி அதன் சொத்தின் ஆரம்ப முதலீட்டைச் சரிக்கட்ட முடியும். எல்லா இதரச் செலவுகளும் சரிக்கட்டப்பட்டால் சொத்துத் தானே அதைச் செலுத்திக் கொள்ளும்.

1 ஆண்டுகள் குறிப்பிடத்தக்கது, நான்கு பருவங்களை அளப்பதால் அன்று. மாறாச்செலவுகளையும் இதரக் கணிப்புக் கருத்துகளையும் மதிப்பிடுவதற்கான அடிப்படைக் கணிப்புக் காலமாக அவை இருப்பதால்தான்.

வாடகை மோட்டார் விஷயத்தில், வட்டி 6 சதவீதமாக இருந்தால், ஓராண்டின் கடன் கழிவு நிதி, தேய்மானக் கட்டணம், அட்டவணை 3—5-ல் கணிக்கப்பட்டதிலிருந்து தெரிவதுபோல், 1,068 டாலர்களாகும். இக் கடன் கழிவு நிதி பங்களிப்புக் கம்பெனிகளின் ஏட்டில் தேய்மானச் செலவாகக்[1] காட்சியளிக்கிறது.

அட்டவணை 3—5

ஓர் ஈராண்டு சொத்தின் கடன் கழிவு நிதி தேய்மானம்

(6% வட்டி ஊகிக்கப்படுகிறது).

ஆண்டு	பங்களிப்பு (Contribution) அல்லது தேய்மானக் கட்டணம்	வைக்கப்படும் ஆண்டுகள்	வரும் வட்டி 6%	ஓய்வு தேதியின் மதிப்பு
1	டா. 1,068	1	டா. 64	1,131
2	1,068	0	0	1,068
மொத்த நிதி				2,200
மறு விற்பனை மதிப்பு				800
மொத்தம்			டாலர்	3,000

இதே பொதுத் தத்துவங்கள் எவ்வளவு நாட்களுக்கு நீடிக்கும் சொத்துக்கும் பொருந்தும்? ஒவ்வோர் ஆண்டின் சொத்தின் நீடிப்பிற்கு ஆண்டுத் தேய்மானச் செலவு உள்ளது. அதை வைத்திருக்க வேண்டுமென்றால், இதரச் செலவுகளையும் சரிக்கட்டப் போதியவற்றை அஃது ஈட்டவேண்டும். வட்டியால் சேர்க்கப்பட்ட இந்தத் தேய்மானச் செலவு சொத்தின் இறுதி வாழ்வில் மூல முதலீட்டை அந்த நிறுவனம் சரி ஈடு செய்ய மட்டும் போதியதாக இருக்கிறது. ஆண்டுத் தேய்மானச் செலவுத் தொகுப்பிற்கான கடன் கழிவு நிதியை விளக்கியுள்ளோம், மற்றும் சில முறைகள் உள்ளன, ஆனால், இது நமது நோக்கங்களுக்குப் போதிய குறி தவறாததாக இருக்கிறது. ஏராளமாகக் கிடைக்கும் வட்டி-வீத அட்டவணைகள் செயல்முறையில் கடன் கழிவு நிதி பங்களிப்பை எளிதாகத் தொகுக்க உதவுகிறது.

1 கணக்கர்களும் வணிகர்களும் 'நேர்நிலை - குறிப்புத் தேய்மானம்' என்ற, எளிதாயுள்ளதை அடிக்கடி பயன்படுத்துகிறார்கள். இம் முறைப்படி, ஒரு n ஆண்டு சொத்திற்கு ஆண்டுத் தேய்மானக் கட்டணம் அதன் வாழ்வுக்காலத் தேய்மானத்தில் n-ல் ஒன்றாகும். நேர்நிலைக் குறிப்புத் தேய்மானம் வாடகை மோட்டாருக்கு 1,100 டாலராகும். அஃது ஓரளவு அதிகம். ஏனென்றால், அது தேய்மான இருப்பு, கடன் கழிவு நிதி சம்பாதிக்கும் வட்டியைப் புறக்கணிக்கிறது. ஓரளவு தப்பு இருப்பது பாதகமில்லை. ஆனால், 100,000 டாலர்கள் பெறுமான கட்டடத்திற்கு 40 ஆண்டுகள் நிலைக்கும், முறிவுமதிப்பு இல்லை. கடன் கழிவு நிதி 646 டாலர்கள், நேர் நிலைக் குறிப்புத் தேய்மானம் அதைப்போல் நான்கு மடங்காகும். ஆகக் கணிசமான தவறையுடைய ஆபத்து உள்ளது.

மாருகச் செலவுக்கான ஒரு செயல் விளக்கத்தைக் கொடுத்துள்ளோம். அஃது இணையான மாருச் செலவுகள், முதலீட்டின் மதிப்பின்மேல் வட்டி, தேய்மானச் செலவுகள் ஆகியவற்றின் தொகுப்பாகும். பொறுப்பேற்றுப் பணியை மேற்கொள்வதைத் தீர்மானிக்க ஆண்டுச் சேமிப்புடன் அல்லது முதலீட்டின் வருமானத்துடன் இத் தொகையை ஒப்பிட்டுப் பார்க்கலாம்.

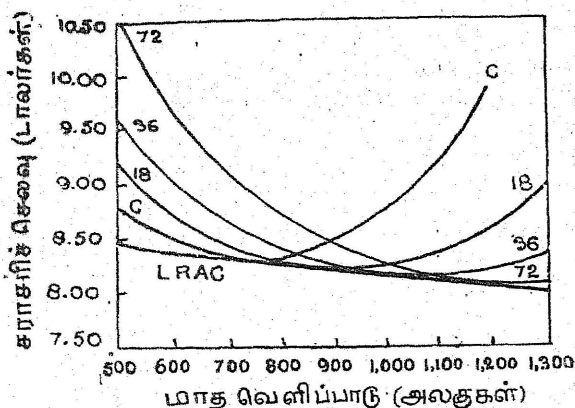
சுருங்கச் சொன்னல், முதலீட்டுத் தீர்மானங்களுக்கான ஓர் எளிய விதியைப் பெறுகிறோம். அது முதலில் திட்டமிட்ட முதலீடுகளிலிருந்து கிடைக்கும் ஆண்டுக்கான ஈட்டல்களையும் (மாறுஞ் செலவுகளை அனுமதித்தலின்) அல்லது சேமிப்புகளையும் மதிப்பீடு. இரண்டு இணையான மாருச் செலவுகள், வட்டி வீதம், தேய்மானக் கட்டணம் ஆகியவற்றின் தொகையைப் போல அதனுல் ஏற்படுத்தப்படுகிற ஆண்டு மாருச் செலவுகளின் அதிகரிப்பை மதிப்பிடு. அப்படி ஆண்டு ஈட்டல்கள் அல்லது சேமிப்புகள் மாருச் செலவுகளின் அதிகரிப்பைவிட அதிகமாய் இருந்தால் முதலீடு பொருத்தமானதாகும்; இல்லாவிடில் இல்லை. தீர்மானம் ஆண்டு ஈட்டல்களையும் மாருச் செலவுகளையும் மட்டும் சார்ந்துள்ளது. என்பதைக் கவனி. ஆரம்ப முதலீட்டுச் செலவுகள் மாருச் செலவைக் கவர்கின்றன. ஆனுல் நேரடியாக ஒப்பீட்டில் நுழையா.

இவ் விதி ஏமாறக் கூடியதாய் இருக்கிறது. மதிப்பீடுகள் செய்ய மிகவும் கடினமாக உள்ளது. எதிர்கால ஈட்டல்களையும் மறு விற்பனை மதிப்புகளையும் நுட்பமாகவும் நிச்சயமாகவும் முன்கூட்டிக் கூறமுடியாது. மிகவும் பொருத்தமான வட்டி வீதமும் கணக்கிடுவதற்குக் கடினமாக இருக்கிறது, ஆகையால் இவ் விதி ஆய்வதற்கான ஒரு வரை சட்டத்தைக் கொடுக்கின்றதே தவிர, இயந்திரச் செயல் முறைக்கான ஒரு நிச்சயமான சூத்திரம் போலன்று. பிரச்சனைகளைத் தீர்ப்பதைக் காட்டிலும் சலுகைகளை அஃது அமைக்கிறது. பொரும்பாலான வாதப் புரட்டான பொருளாதாரம், வணிகத் தீர்ப்பு முதலீடு ஆய்வு முதலியன நடைமுறை நிலையில் பயன்படுத்திப் பார்க்க வேண்டியதாய் இருக்கும். நமது விளக்கமாயமைந்துள்ள நோக்கங்களுக்கு அதுபோதும்.

நீண்டகாலச் செலவுகளும் செலவு வளைகோடுகளும்

முதலீட்டுத் தீர்மானங்களின் முன்சென்ற ஆய்வு, உற்பத்திச் செலவுகளிலும் உற்பத்தித் தீர்மானங்களிலும் முக்கியமான சிக்கல்களைக் கொண்டிருக்கிறது. நடைபெறுகிற லாபககரமான அளவு இயக்கத்தில் சுமையான ஒரு தொழிற்சாலையை விரிவாக்க விருவை ஆரம்பித்தவரை சட்டத்திற்குள் அதைச் செலுத்துவோம். நிறுவனத்

தின் நடப்புத் தொழிற்சாலையின் சராசரி வளைகோட்டை உருப்படம் 3—3 காட்டுகிறது. அவ் வுருப்படம் 3—4-ல் திரும்பச் சொல்லப்படுகிறது. அங்கே அது 'C' என்று இணைக்கப்பட்டுள்ளது. உருப்படம் 3—4உம் நிறுவனத்திற்குக் கிடைக்கும் மாற்றுவகைகளில் சிலவற்றைக் காட்டுகின்றன. தொழிற்சாலை விரிவாக்கத்தில் 18,000 டாலர்களை முதலீடு செய்து சில மிகச் செலவுள்ள தடுத்தல்களை அகற்றலாம். இத் தொழிற்சாலை விரிவாக்கத்திற்கு நேரும் மாருச் செலவுகளின் அதிகரிப்பை இப்போது விவாதிக்கப்பட்ட[1] முறைகள் மூலம் கணிக்கலாம். பல்வேறு உற்பத்தி அளவுகளில் விரிவாக்கப்பட்ட தொழிற்சாலையின் சராசரி மாறுஞ்செலவுகளைத் தொழிற்சாலைத் திட்ட



படம் 3:4

குறுங்கால நீண்டகாலச் சராசரி செலவு வளைகோடுகள்:
ஒவ்வோர் உற்பத்தி அளவிற்கும் நீண்டகால வளைகோடு குறுங்கால
வளைகோட்டைத் தொடுகிறது. அந்த உற்பத்திக்கு அதுதான் குறைவானது.

மிடுபவர் மதிப்பிடமுடியும். விரிவாக்கப்பட்ட தொழிற்சாலையின் ஓர் அணி உற்பத்தி அளவுகளுக்கான சராசரி மாறுஞ் செலவுகளையும் சராசரி மாருச் செலவுகளையும் கூட்டினுல் அந்தத் தொழிற்சாலைக்கான சராசரி செலவு வளைகோடு ஏற்படும். இது '18' என்று இணைக்கப்பட்ட வளைக்கோட்டால் காட்டப்படுகிறது. 36,000, 72,000

1 ஒரு நயமற்ற கணிப்புப்படி: காப்பீடு, வரிகள் முதலியன மூலதனச் செலவில் 3 சதவீதமாகின்றன. வட்டி 6%, கடன் கழிவு நிதி பங்களிப்புகள், 15 ஆண்டு வாழ்வென்று கொண்டு, 4:3 சதவீதம், மூலதனச் செலவில் மொத்த மாருச் செலவுகள் 13:3 சதவீதமாகும். ஒரு முதலீடான 18,000 டாலர்களுக்கு இஃது ஆண்டுக்கு அது 2,400 அல்லது மாதத்திற்கு 200 டாலர்களாகும். மாதத்திற்கு 1,050 உற்பத்தியில், ஏற்கெனவே சொந்தமான தொழிற்சாலையிலிருந்து மேலும் சராசரி மாருச் செல்வுகளுக்கு அஃது அலகுக்கு 19 டாலர்களைக் கூட்டுகிறது.

டாலர்கள் முதலீட்டிற்கும் அதே கணிப்புகளைச் செய்யலாம், அவை உருப்படத்தில் காட்டப்பட்டுள்ளன.

பல்வேறு பருமன், செலவையுமுடைய ஒரு தொழிற்சாலைக்கேற்ற ஒவ்வொன்றுமாகிய நான்கு வளைகோடுகளும் எப்படி நடந்து கொள்கின்றனவென்பதைக் கவனி. குறைந்த உற்பத்தி அளவுகளில் பெரிய தொழிற்சாலைகள் உயர்ந்த சராசரிச் செலவுகளைப் பெற்றிருக்கின்றன. ஏனென்றால், உயர்ந்த அளவுகளில் உயர்ந்த சராசரி மாறாச்செலவுகளை அவை பெற்றிருக்கின்றன. மேலும் அவர்கள் தவிர்க்க விரும்பும் நெருக்கடி எந்த நிலையிலும் நிகழாது. ஆனால் உயர்ந்த அளவுகளில் உத்தரவு திருப்பப்படுகிறது. மாறாச் செலவுகள் பெரும் எண்ணிக்கை அலகுகளுக்குப் பரப்பப்படுகிறது. சிறிய தொழிற்சாலைகளில் எதிர்ப்படும் இடர்ப்பாடுகள் கடுமைமிக்கனவாக இருக்கின்றன.

எந்தத் தொழிற் சாலையைத் தேர்ந்தெடுப்பதென்பது எதிர் பார்க்கும் உற்பத்தி அளவைப் பொறுத்துள்ளது. அந்த அளவில் குறைந்த சராசரி செலவுகளுடன் இருக்கும் ஒன்றே மிகவும் சிறந்த தொழிற்சாலையாகும். ஏனென்றால், அந்தத் தொழிற்சாலையை உயர்ந்த சராசரி செலவுகளுடைய சிறியவற்றுடன் ஒப்பிட்டுப் பார்த்தால், சராசரி செலவுகள் அதிகமாயிருப்பது எதிர்பார்த்த உற்பத்தி அளவில் மாறுஞ் செலவுகளின் அதிகரிப்பால் மாறாச் செலவுகளின் குறைப்பு மூழ்கடிக்கப்படுகிறதென்பதைக் காட்டுகிறது. அதைப்போல், ஒரு பெரிய தொழிற்சாலையின் குறைவான சராசரி செலவுகளுடன் அந்தத் தொழிற்சாலையை ஒப்பிட்டால், சராசரி செலவுகளின் உயர்வு, அந்த அளவு உற்பத்தியில் மாறுஞ் செலவுகளின் சேமிப்புச் சரியென்பதைக் காட்டிலும் அதிகமாக மாறாச் செலவுகள் அதிக்கரிக்கிறதென்பதைச் சுட்டிக்காட்டுகிறது.

இப்படியாக, ஒவ்வோர் உற்பத்தி அளவிற்கும் ஒரு சிறந்த தொழிற்சாலை உற்பத்தி செய்யும் அளவுக்குப் பொருந்துகிறது. அஃதாவது குறைவான சராசரி செலவில் அத் தொழிற்சாலை அதை உற்பத்தி செய்கிறது. ஒரு சிறந்த தொழிற்சாலையில் உற்பத்தியாகும் அந்த அளவு உற்பத்திக்காகும் சராசரி உற்பத்திச் செலவு, **நீண்ட காலச் சராசரி செலவு** என்று கூறப்படுகிறது. விளக்கச் செய்தியில் மாதத்திற்கு 1,050 அலகுகளை உற்பத்தி செய்யும் சிறந்த தொழிற்சாலைக்குக் கூடுதலாக 36,000 டாலர்கள் செலவாகின்றன. அதற்கேற்ற நீண்டகாலச் சராசரி செலவு 8.02 டாலராகும்.

கோட்பாடும் இதர உற்பத்தி அளவிற்கான சிறந்த தொழிற்சாலையையும் நீண்டகாலச் சராசரி செலவுகளையும் காட்டுகிறது. மாதத்

திற்கு 700 அலகுகளுக்கு நடப்புத் தொழிற்சாலை சிறந்தது. அதன் நீண்டகாலச் சராசரி செலவு 8·21 டாலராகும். மாதத்திற்கு 1,300 அலகுகளுக்கு தொழிற்சாலை கூடுதலான 72,000 டாலர்களைத் தருவிக்கும், அதன் சராசரி செலவு 7.97 டாலர்களாகும். அதைப் போலவே மற்ற அளவிற்குமாகும்.

பல குறிப்பிடத்தக்க உற்பத்தி அளவுகளின் எல்லா நீண்டகாலச் சராசரி செலவுகளைச் சேர்த்து இணைத்தால், உருப்படத்தில் காட்டப் பட்ட கனமான கோட்டை ஒத்த நீண்டகாலச் சராசரி செலவு வளை கோட்டைப் பெறலாம். இதற்குப் பின்னர்க் குறுங்கால சராசரி செலவு வளைகோடுகள் என்று அவற்றைக் குறித்து முந்திய செலவு வளைகோடு களை இதிலிருந்து வேறு படுத்தலாம். சிறப்பாகத் தழுவப்பட்ட ஒரு தொழிற்சாலையின் ஒவ்வோர் உற்பத்தி அளவு உற்பத்தியின் சராசரி செலவைக்காட்டும் வளைகோடு என்று விளக்கப்பட்ட நீண்டகாலச் சராசரி செலவு வளைகோட்டின் கருத்துடன் வெளி வருகிறோம். குறுங் காலச் சந்தை சரிபடுத்தல்களையும் விலை தீர்மானத்தையும் அறிந்து கொள்ள குறுங்கால வளைகோடுகள் அடிப்படையாய் இருப்பதுபோல் தொழில்கள், சந்தைகளின் நீண்டகால இயங்கு முறைகளை அறிந்து கொள்ள இந்த வளைகோடு அடிப்படையாக இருக்கிறது.

நீண்டகாலச் சந்தை இயங்கு முறை

இப்போது தருவிக்கப்பட்ட நீண்டகாலச் செலவு வளைகோடுகள் நீண்டகாலச் சந்தை இயங்கு முறைக்கும், விலை அமைப்பின் பரந்த நிலைத்திருக்கும் குறைதிசயங்களுக்கும் திறவுகோலாக இருக்கின்றன. குறுங்காலச் சந்தை ஒழுங்காற்று முறைகளின் அளிப்பு விடைகளைத் தீர்மானிக்கும் குறுங்கால்ச் செலவு வளைகோடுகளுக்கு அவற்றின் உறவு எளிமையானதன்று. குறுங்கால வளைகோடுகள் ஒரு கொடுக்கப்பட்ட தொழிற்சாலையின் பல்வேறு உற்பத்தி அளவுகளின் உற்பத்திச் செலவை விவரிக்கின்றன. அப்படியிருக்க நீண்டகாலச் செலவு வளைகோடுகள் குறிப்பிட்ட உற்பத்திகளை வேறுபட்ட உருவம் அமைப்புடைய[1] தொழிலின் உற்பத்திச் செலவைக் கருதுவதனால் தோன்றுகிறது. முடிந்த புதிய முதலீடுகள் கருதப்படும்பொழுது நீண்டகாலச் செலவு வளைகோடுகள் பொருத்தமான கருத்தாக இருக்கின்றன. நிகழக் கூடிய உற்பத்தி அளவை எதிர் நோக்குவதைப் பொறுத்து அத்

[1] மிகவும் பொருத்தமான உருவத் தொழிற்சாலையின் அந்த உற்பத்திக்கான சராசரி செலவை ஒரு குறுங்காலச் சராசரி செலவு வளை கோட்டின் அடித்தளம் சுட்டிக்காட்டுகிறதென்பது உண்மையன்று, மாதத்திற்கு 1,000 அலகுகளுக்கு நிகழும் குறைந்த சராசரி செலவுடைய தொழிற்சாலை மாதத்திற்கு மலிவாக 1,000 அலகுகளை உற்பத்தி செய்யும் அதே தொழிற்சாலையாக இருக்கவேண்டிய அவசியமில்லை.

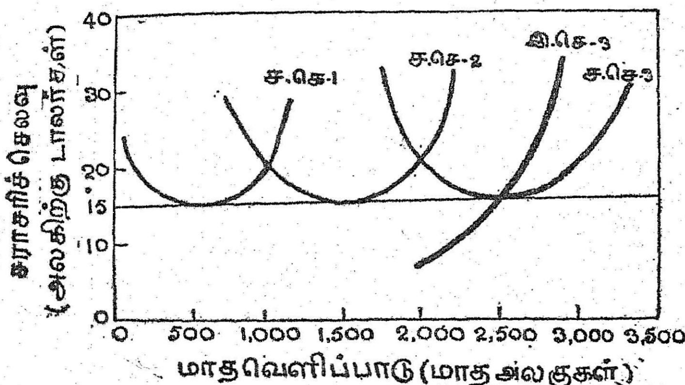
தீர்மானங்கள் இருக்கின்றன. பின்னர் முடிந்த அளவு சிக்கனமாக அந்த அளவுகளில் இயங்கும் வசதிகளைத் திட்டமிடுவதையும் சார்ந்துள்ளது.

மாற்றி யமைக்கப்பட்ட ஒரு தொழிற்சாலையின் நடப்பு எதிர் நோக்கிய உற்பத்தியளவை அடைவதைக் காட்டிலும் ஒரு நிறுவனத்தின் நடப்புத் தொழிற்சாலையின் சராசரி செலவுகள் உயர்வாக இருந்தால் அல்லது, மாருகக் கூறினுல், அதன் நடப்புச் சராசரி செலவுகள் அதன் எதிர்நோக்கிய உற்பத்தியளவுகளில் நீண்டகாலச் சராசரி செலவுகள் உயர்ந்திருந்தால், அந்த நிறுவனம் நீண்டகாலச் சமநிலையில் இருக்காது. அஃதாவது அதன் தொழிற்சாலையை மாற்றியமைத்து லாபத்தை அதிகரிக்கலாம். அப்படிப்பட்ட ஒரு நிறுவனம் அல்லது அப்படி நிறுவனங்களைக் கொண்டுள்ள தொழில் எப்படிப் பதிலளிக்கும் என்பது நீண்டகாலச் சராசரி செலவு வளைகோட்டின் உருவத்தைப் பொறுத்துள்ளது.

நீண்டகாலச் சராசரி செலவு எல்லா உற்பத்தி அளவுகளிலும், ஒரு வேளை மிகவும் குறைந்த அளவைத் தவிர, அதைப்போல் இருக்கும் பொழுது, மாரு நீண்டகாலச் செலவுகள் நிகழ்கின்றன. பல சிறு தொழில்கள் மத்தியதரப் பொறி ஆள் தொழில்களின் குணங்கள், இருக்கும் வசதிகளைத் திரும்பச் செய்வதே தொழிற்சாலை விரிவாக்க மெனப்படுகிறது. ஒரு பெரிய பஞ்சாலை, பல நுற்புக் கதிர்களைக் கொண்டிருக்கிறதென்பதைத் தவிர, ஒரு சிறியதைப் போல்தான் இருக்கிறது. ஒரு சிறிய ஆலை அதிகப் பளுவாக்கப்பட்டுக் கொண் டிருந்தால், விரிவாக்கம் சராசரி செலவுகளைக் குறைக்க வழிசெய்கிறது, ஆனுல் விரிவாக்கப்பட்ட தொழிற்சாலையின் சராசரி செலவுகள் அதன் மிகத் திறமையான இயங்கு அளவில், சிறிய தொழிற்சாலை மிகத்திறமை யான அளவில் இயங்குவதைப் போலவே இருக்கும். இருமடங்கு ஆட்கள் இருமடங்கு நுற்புக்கதிர்களையும் இருமடங்கு பஞ்சையும் பயன் படுத்தி இருமடங்கு நூல்களைச் செய்ய முடியுமென்பதும், ஒவ்வோர் உள்பொருளையும் இரட்டித்து உற்பத்தியை இரட்டிப்பது சராசரி செலவு களை மாற்ருமல் விட்டுவிடும் என்பதும் பொது அறிவாக உள்ளது.

மாருநீண்ட காலச் செலவுகளுடைய ஒரு தொழில் சிறிய நிறு வனமும் பெரிய நிறுவனமும் ஒரு குறிப்பிட்ட அனுகூலத்தைப் பெற்றிருக்க முடியாது. அப்படிப்பட்ட ஒரு தொழில் பல உருவங்களை யுடைய ஏராளமான நிறுவனங்களால் உண்டாக்கப்பட்டதாயிருக்க நேரிடும். தொழில் விரிவடையும்பொழுது, அதில் நிலைத்திருக்கும் நிறுவனங்கள் வளரும். இடை நிலைப்பட்ட சிறிய புதிய நிறுவனங்கள் தொழிலில் நுழைந்து, பழையவற்றுடன் சம அந்தஸ்தில் போட்டி யிடுகின்றன.

உருப்படம் 3—5ல் ஒரு மாருச்செலவுத் தொழிலின் குறுங்கால நீண்டகாலச் சராசரி செலவு வளைகோடுகளின் உறவைப் புனைந்து கூறுகிறது. நீண்ட காலச் சராசரி செலவு அவருக்கு 15 டாலர்கள் குறுங்காலச் சராசரி செலவு வளைகோடுகள் ஒரு சிறுய, நடுத்தர, பெரிய நிறுவனத்திற்கும், காட்டப்படுள்ளன. பெரிய நிறுவனத்திற்கான இறுதிநிலைச் செலவு வளைகோடும் காட்டப்பட்டுள்ளது. விலை



படம் 3—5

மாரு நீண்டகாலச் செலவு வளைகோடு: சரியான அமைப்பான தொழிற்சாலைகளைப் பயன்படுத்தி எல்லா உற்பத்தி அளவுகளும் அதே சராசரி செலவில் உற்பத்தி செய்யமுடியும்.

15 டாலர்களாக இருந்தால் தொழில் நீண்டகாலச் சமநிலையில் இருக்கும். அந்த விலையில் சிறிய நிறுவனம் ஒரு மாதத்திற்கு 500 அலகுகளையும், நடுத்தர நிறுவனம் 1,500 அலகுகளையும் பெரிய நிறுவனம் 2,500 அலகுகளையும் விற்கும். அவற்றின் உற்பத்தி வேறுபட்டிருந்தாலும், ஒரு நிறுவனமும், நீண்ட காலச் சராசரி செலவுக்குச் சமமான, அதே சராசரி செலவுகளை வருவித்துக் கொண்டிருக்கும்.

தொழிலின் தேவை வளைகோடு மேல் நோக்கி நகரந்தால் சமநிலை கலைக்கப்படுகிறது. முதற்கண் நிறுவனங்கள் ஓர் அலகு 15 டாலரில் முன்னதைவிட அதிகமாக விற்றுக்கொண்டிருக்கும். ஆக, அவற்றின் இறுதிநிலைச் செலவுகள் உயரும். இஃது ஒரு விலை அதிகரிப்பைத் தூண்டும். கூடிய சீக்கிரத்தில் ஒரு குறுங்காலச் சமநிலை 15 டாலர் விலைக்குமேலும், சராசரி செலவு வளைகோடுகளின் உயர்ந்துள்ள பகுதியின் உற்பத்திகளையும் ஏற்படுத்தும்.

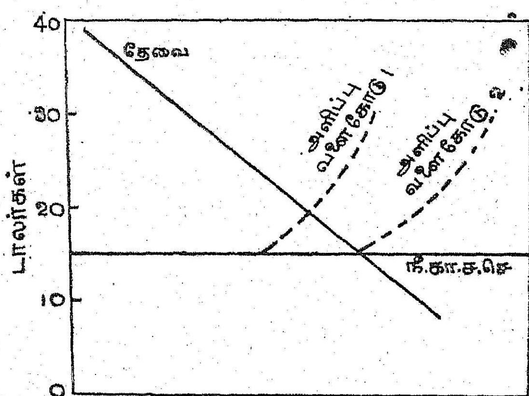
அப்படிப்பட்ட ஒரு குறுங்காலச் சமநிலை நீண்டகாலத்திற்கு நிலைக்க முடியாது. நிறுவனங்கள் இடர்ப்பாடுகளையும், ஏற்கெனவே விவரிக்கப்பட்ட நெருக்கடி பிரச்சனைகளையும் எதிர் நோக்கிக்கொண்டிருக்கும். அதனால், ஒரு 15 டாலர் சராசரி செலவுள்ள பெரிய உற்பத்தியை உற்பத்தி செய்யும்வரை அவர்களின் தொழிற்சாலைகளை விரிவாக்கப் பலமாகத் தூண்டப்படுவார்கள். ஆனால், இது சமநிலையைத் திருப்பிக் கொடுக்காது. பெரும் தொழிற்சாலைகள் இயங்க ஆரம்பிக்கும் பொழுது, விரிவாக்கப்பட்ட தொழில்சாலைகளின் இறுதிநிலைச் செலவு வளைகோடுகளுக்கேற்ப குறுங்காலத் தொழில் அளிப்பு வளைகோடு வலமாக நகரும். தொழிற்சாலைகளை விரிவாக்கத்திற்கு முன்னர்க் கிடைத்ததைக் காட்டிலும் ஓர் உயர்ந்த உற்பத்தியையும் ஒரு குறைந்த விலையுடனும் ஒரு புதிய குறுங்காலச் சமநிலை ஏற்படுத்தக்கூடும். இந்தப்புதிய உற்பத்தி அளவிலும் நிறுவனங்கள் மறுபடியும் இடர்ப்பாடுகளைச் சந்திக்கும் (முன்னதை விடக் குறைந்த கடுமையாக). அதனால் விரிவாக்கம் புதிப்பிக்கப்பட்ட தூண்டுகோலின் கவர்ச்சியில் இருக்கும்.

உண்மையில், விலை 15 டாலருக்கு விழும்வரை தொழில் முழுச்சம நிலையில் இருக்காது. இந்த நிலைமை படம் 3—6-ல் வரைந்து காட்டுகிறது. தொழில் அளிப்பு வளைகோடு, நீண்டகாலச் சராசரி செலவு வளைகோடும் இரு குறுங்காலத் தொழில் அளிப்பு வளைகோடுகளும் காட்டப்பட்டுள்ளன. கோட்டுப் படத்தின் அளிப்பு வளைகோடு 1 ஐப் போல் தொழில் அளிப்பு வளைகோடு இருக்கும்வரை அவற்றின் சராசரி செலவு வளைகோடுகளின் உயர்ந்த பகுதியின் மேல் நிறுவனங்கள் உற்பத்தி செய்ய குறுங்காலச் சமநிலை விரும்பும் அவற்றின் தொழிற்சாலைகளை விரிவாக்க அஃது ஒரு தூண்டுகோலாகும். அளிப்பு வளைகோடு 2 ஐ ஒத்த ஓர் அளிப்பு வளைகோட்டை அது பெறும்வரை தொழில் வளர்ந்து கொண்டிருக்கும். அதிகச் சுமையற்ற தொழிற்சாலையின் நீண்டகாலச் சராசரி செலவுக்குச் சமமான விலையால் உண்டாக்கப்பட்ட தேவையைச் சந்திக்கும் ஒரு தொழிலின் போதுமான திறமைக்கு அஃது ஏற்றதாயிருக்கிறது.

ஆக, ஒரு மாருச் செலவு, தொழிலின் நீண்டகாலச் சராசரி செலவுக்குச் சமமான ஒரு விலையிலும், பொருந்துகிற தேவைக்குச் சமமான ஓர் உற்பத்தியும் இருக்கிறது. தொழில் வளரும்பொழுது, சில காரணிகளின் விலையை உயர்த்தி, சராசரி செலவுக் கோட்டின் அளவையும் உயர்த்துவதைத் தவிர, விலை அந்த நிலைத் தேய்வால் பாதிக்கப்படாது. அப்படிப்பட்ட தொழில்களின் பொருள்களின் விலை அவர்களின் பொருள்களுக்கான தேவை வளர்ந்தாலும், நீண்ட காலத்தில் அதிகரிக்க அவசியமில்லை.

குறைந்துசெல் நீண்டகாலச் செலவுகள்

பல பொறி ஆள் தொழில்களிலும், போக்குவரத்திலும், மற்றும் சில நிலப்பரப்பிலும் பெரிய நிறுவனத்தால் பயன்படுத்தப்படும் நுணுக்க முறைகள் சிறிய தொழில் துணிவுக்குக் கிடைப்பவற்றிலிருந்து தீவிரமாக வேறுபடுகின்றன. மோட்டார் வண்டி ஆக்கத்தொழில் ஒரு மனத்தில் படிகிற, மிகச் சிறந்த எடுத்துக்காட்டாகும். நடப்பு வழக்காகக் கூறினால், சிறிய மோட்டார் வண்டி ஆக்கத் தொழில்கள் அமெரிக்காவில் இல்லை. ராட்சச நிறுவனங்கள் உபயோகிக்கும் விலையுயர்ந்த அச்சுகள், சிறப்பு நோக்க, தானே இயங்கும் இயந்திரச்



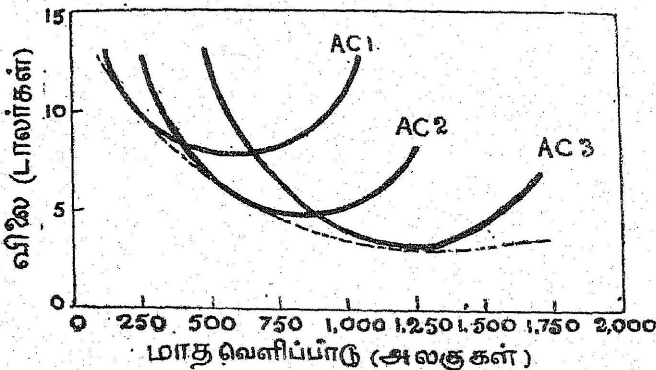
படம் 3—6

ஒரு மாறுச் செலவுத் தொழிலின் சமநிலை: சமநிலையில் விலை, நீண்ட காலச் சராசரி செலவு இறுதிநிலைச் செலவு ஆகியவை எல்லாம் சமமாக இருக்கின்றன.

சாதனங்கள் அல்லது இயந்திரத் திரட்டு வரிசைகள் முதலியவற்றைத் தாங்கும் தகுதியற்றவைகளாயிருக்கின்றன. பேரளவு உற்பத்தியின் உண்மையான அனுகூலங்கள் எங்கு இருக்கின்றனவோ அங்குப் பெரிய தொழிற்சாலைகள் சிக்கலான இயந்திரங்களின் மூலம் போட்டியில் சிறந்தவைகளைவிடக் குறைவாக விற்றால் அங்கே குறைந்து செல் நீண்டகாலச் செலவுகள் காணப்படும்.

படம் 3—4 சம்பந்தமாக விவாதிக்கப்பட்ட நிறுவனம் இலேசான குறைந்து செல் நீண்டகாலச் செலவுகளைப் பெற்றிருந்தது. படம் 3—7 ஒரு மிகவும் குறிப்பிடத்தக்க எடுத்துக் காட்டைக் காட்டுகிறது.

AC 1 என்று குறிக்கப்பட்ட வளைகோடு ஒரு சிறிய தொழிற்சாலைக்கான சராசரி செலவு வளைகோடாகும். அதன் சராசரி செலவு ஓர் அலகு 8 டாலராக இருக்கும்பொழுது, அத் தொழிற்சாலை மிகவும் திறமையாக 550 அலகுகள் உற்பத்தியைச் செய்கிறது. AC 2 நடுத்தரத் தொழிற்சாலைக்கான சராசரி செலவு வளைகோடாகும். அத் தொழிற்சாலை 4.70 டாலரான ஒரு சராசரி செலவில் ஒரு மாதத்திற்கு 900 அலகுகளை உற்பத்தி செய்ய முடியும். மூன்ருவது செலவு வளைகோடு ஒரு பெரிய தொழிற்சாலைக்கானது. இத் தொழிற்சாலை ஓர் அலகு 3 டாலர் சராசரி செலவில் ஒரு மாதத்திற்கு 1,350 அலகுகளைச் சாதிக்கிறது. விடுபட்ட கோடு நீண்டகாலச் சராசரி செலவு வளைகோடாகும். எடுத்துக்காட்டாக, ஒரு மாதத்திற்கு 750 அலகுகளை மிகவும் சிக்கன



படம் 3—7

ஒரு குறைந்து செல் செலவு-தொழிலுக்கான குறுங்கால நீண்டகாலச் செலவு வளைகோடுகள்: பெரிய தொழிற்சாலைகளைக் கொண்ட நிறுவனங்கள் சிறிய நிறுவனங்களைக் காட்டிலும் குறைந்த விலையில் விற்க முடியும்.

மாகச் சராசரி செலவு வளைகோடு AC² வையுடைய ஒரு தொழிற்சாலை மிகவும் சிக்கனமாக உற்பத்தி செய்யமுடியும் என்பதைக் காட்டுகிறது. அங்கே செலவு ஓர் அலகுக்கு 5 டாலராக இருக்கும்.[1] அதைப் போலவே விடுபட்ட வளைகோட்டின் ஒவ்வொரு முனையும் சிறந்த

[1] ஒரு சிறிய முரண்பாடு நடுத்தர உருவமான தொழிற்சாலை ஒரு மாதத்திற்கு 750 அலகுகளைச் செய்வதற்கான சிறந்த ஒன்று. (ஓர் அலகு 5 டாலரில்). அதன் சராசரி செலவுகள் அங்குக் குறைவாக இருந்தாலும் (சுமார் 7.40 டாலர் ஒரு மாதத்திற்கு 850 அலகுகளை உற்பத்தி செய்வதற்கான சிறந்த ஒன்ருக இருக்கமுடியாது. ஒரு சிறந்த தொழிற்சாலை என்று குறிக்கப்படுவது, காட்டப்) படவில்லை. அதன் குறுங்காலச் செலவு வளைகோடு ஒரு மாதத்திற்கு 850-ல் நீண்டகால வளைகோட்டைத் தொடுவதாகும்.

தொழிற்சாலையின் கூறப்பட்ட உற்பத்தியின் சராசரி உற்பத்திச் செலவைக் காட்டுகிறது.

குறைந்து செல் செலவுத் தொழில்களில் பெரிய நிறுவனங்கள் தான் இருக்கும் என்பது விதி. பேராசிரியர் ஜே. எஸ். பெயினினால் (Prot J. S. Bain) தொகுக்கப்பட்ட அட்டவணை 3—6 பல தொழில்களின் நிலைமைகளைக் காட்டுகிறது. கனிக்கல், வெண்சுருட்டு, தட்டச்சுப்பொறி முதலிய தொழில்களில் ஒரோ ஒரு நிறுவனமும், முழுக்கத் திறமையாக இருக்க, ஓர் ஐந்தாவது அல்லது முழு நாட்டுச் சந்தைக்குப் போதியவற்றை அளிக்கப் போதிய அளவு பெரியதாய் இருக்கவேண்டும். அப்படிப்பட்ட ஒரு தொழில் ஒரு சில பெரிய நிறுவனங்களின் எண்ணிக்கைக்கான இடத்தைக் கொண்டிருக்கிறது.

அட்டவணை 3—6

மிகக் குறைந்த அமைப்பான திறமையான நிறுவனத்தால் அளிக்கப்படும் சந்தையின் சதவீதம்

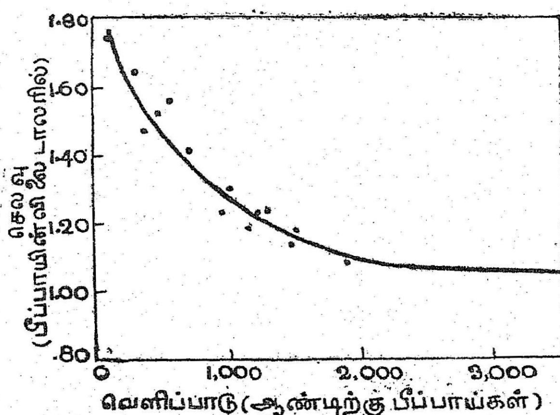
தொழில்	சதவீதம்
கனிக்கல் பொருள்கள்	22 — 33
வெண்சுருட்டுகள்	15 — 20
தட்டச்சுப் பொறிகள்	10 — 30
இயந்திரக் கலப்பைகள்	10 — 15*
செம்பு	10
சோப்பு	2 — 20
மோட்டார் வண்டிகள்	8 — 15
பேனாக்கள்	5 — 10*
மர விழைப்பட்டு	4 — 6*

உணவுப் பொருள், தொழில், பெட்ரோல் சுத்தி, மாவு, வடிப்புச் சாராயம், உலோக அடக்கிகள், பண்ணை இயந்திரக் கலப்பைகள், டயர்கள்-அவற்றின் குழல், பாத அணிகள், இறைச்சிச் சிப்பம்

* திறமையான தொழிற்சாலையின் பருமன் மிகக் குறைந்த திறமையான நிறுவனம் பெரியதாக இருக்கலாம். (ஒரு நிறுவனம் திறமையாக இருப்பதற்கு வேண்டிய குறைந்த பருமன் பல தொழில்களில் வெவ்வேறாக இருக்கிறது. ஆனால் விதிப்படி சந்தையின் ஒரு சிறிய அளவைக் காட்டிலும் அதிகமாய் அளிப்பதற்குப் போதிய அளவு பெரியதாய் இருப்பதென்பது அபூர்வம்).

மூலம்: ஜே. எஸ். பெயின், போட்டிக்குத் தடைவேலி (கேம்பிரிட்ச், மாஸ்: ஹார்வர்டு பல்கலைக்கழக அச்சு, 1956), பக்கம், 86.

சிமைக்காரைத் தொழிலுக்கான ஒரு மெய்ம்மையான நீண்டகாலச் சராசரி செலவு வளைகோடு படம் 3—8-ல் காட்டப்பட்டுள்ளது. ஒவ்வொரு புள்ளியும் அதே பருமனையுடைய பல தொழிற்சாலைகளின் சராசரி செலவுகளைக் காட்டுகிறது. ஓர் ஆண்டிற்கு 500 பீப்பாய்களை விடக் குறைவான உற்பத்தியையுடைய சிறிய தொழிற்சாலைகள், ஓர் ஆண்டிற்கு 1,500 பீப்பாய்களுக்குமேல் உற்பத்தி செய்யும் பெரிய தொழிற்சாலைகளைவிட, ஓர் அலகுக்கு 50 சதவீதம் அதிகச் செலவுள்ளதாய் இருக்கும். அந்த அளவிற்குப் பின்னர், செலவுகளின் குறைவு அறியப்படுகிற விவரச் செய்திகளின்மூலம் வரையப்பட்ட வளை கோடு குறிப்பதுபோல் சமப்படுவதாகத் தோன்றுகிறது. இப்படியாக



படம் 3—8

சிமைக்காரைத் தொழிலின் நீண்டகாலச் சராசரி செலவுகள்: செலவுகள் பெரிய தொழிற்சாலைகளிலுள்ளதைக் காட்டும். ஆண்டிற்கு 1,500 பீப்பாய்களுக்குக் குறைவான திறமையுடைய தொழிற் சாலைகளில் குறிப்பிடத்தக்க வகையில் உயர்வாக இருக்கிறது.

மூலம்: யு.எஸ். வரிக்குழு ஜான். எம் பிலேரினால் அறிவிக்கப்பட்டது. 'பருமனுக்கும் திறமைக்கும் வாணிபத்திலுள்ள தொடர்பு', பொருளாதாரப் புள்ளி விவரச் சீராய்வு, XXIV, 1942, 129.

நடுத்தரப் பருமனையுடைய தொழிற் சாலைகளுக்குமான ஒரு குறைந்து செல் செலவுத் தொழில், மேலும் பெரும் பருமன் தொழிலுக்கான ஒரு மாறுச் செலவுத் தொழிற்சாலையுமாகும். இப்போது செயல் மிகவும் நூதனமாகும்.

ஒரு குறைந்து செல் செலவு தொழிற்சாலையின் நீண்ட கால சரிக் கட்டுமுறை மாறுச் செலவுத் தொழிற்சாலைக்கானவற்றை விளக்கப்

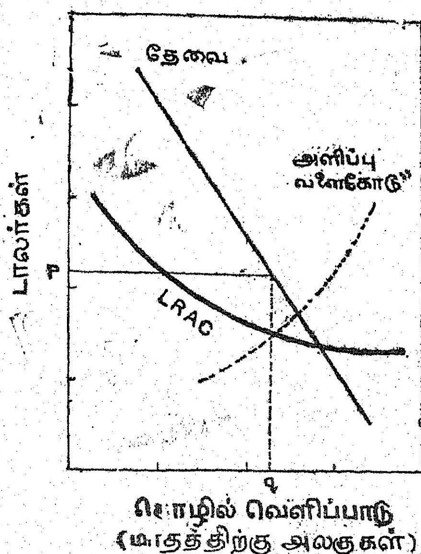
பட்டறைதைப்போல் ஒரு தன்மைக்காக இல்லாவிட்டால், கணக்கற்ற நிறுவனங்களின் சிறிய தன்மை, அதே மாதிரி இருக்கும். ஒரு தொழில் ஒரு சில நிறுவனங்களை மட்டும் அடக்கியிருந்தால், அஃது ஒரு சில்லோர் முற்றுரிமையாகும். அதைப்பற்றி அதிகாரம் 6-ல் முழுக்க விவாதிக்கலாம். போட்டித் தொழிலிலுள்ள நிறுவனங்கள் செய்வது போல் ஒரு சில்லோர் முற்றுரிமையின் நபர்கள் அவர்களின் இறுதி நிலைச் செலவு வளைகோடுகளைத் தொடராது. அப்படிப்பட்ட ஒரு தொழிலின் பொருளுக்கான தேவை அதிகரித்தால், நிறுவனங்கள் தங்களின் நடப்புத் தொழிற்சாலைகளிலிருந்து இயல்பாக உற்பத்தியை அதிகரித்து விலையையும் உயர்த்துவார்கள். அவற்றின் சராசரி செலவுகள் அதிகரிக்கும். மாறுச் செலவு நிலையைப்போல் அது தொழிற்சாலை விரிவாக்கத்தைத் தூண்டும். ஆனால், இங்கு ஒப்புமை நின்று விடுகிறது. ஏனென்றால், புதிய உற்பத்தித் திறன் பயனுக்கு வரும் பொழுது, சில்லோர் முற்றுரிமையாளர்கள் புதிய இறுதிநிலைச் செலவு வளைகோடுகளுக்கேற்ப விலையைக் குறைக்கமாட்டார்கள். விலையைக் குறைத்தால் அவரது போட்டியாளர்களும் அதைப் பின்பற்றுவார்கள் என்பதைத் துல்லியமாக அறிந்துள்ளார்கள். மாறாகப் புதிய திறமையைத் தூண்டிய விலையை நிறுத்திக் கொள்வார்கள். போட்டியிலுள்ள நிறுவனங்கள் விற்பதைப்போல் அவர்கள் உயர்ந்த விலையில் ஒரு குறைவான உற்பத்தியை விற்பார்கள். விலை நீண்ட காலச் சராசரி செலவுக்கு மேல் இருக்கும், ஆக நிறுவனங்கள் சில்லோர் முற்றுரிமை லாபத்தை அடைந்து கொண்டிருக்கும்.

சில்லோர் முற்றுரிமையாளர்களின் திறமை நீண்ட காலச் சராசரிச் செலவைவிட, உயர்ந்து ஒரு விலையை நிறுத்திக்கொள்வது இரண்டு காரணங்களால் தடைப்படுகிறது. பிழை அதிகமாய் இருந்தால், அதன் விலையை மறைக்கும் தூண்டல் ஒவ்வொரு நிறுவனத்திற்கும் அதிகமாய் இருக்கும். அதிக விற்பனையின் லாபத்தை அனுபவிப்பார்கள். பரஸ்பரச் சகிப்புத்தன்மை அல்லது எதிர்ச் செயலின் அச்சம் வரையறை செய்யும். ஆகையால், நீண்ட காலச் செலவுகளுக்கு மிகவும் தூரத்தில் விலையை வைத்திருந்தால் தொழிலின் 'கட்டுப்பாடு' தகர்ந்து விடும்.

படையெடுப்பின் வாய்ப்பு மற்றொரு கட்டுப்படுத்தும் காரணமாகும். ஒரு சட்டப் பூர்வமான முற்றுரிமையைத்தவிர, எந்த லாபகரத் தொழிலும் பாதுகாப்பானதாக இருக்க முடியாது. ஏனென்றால், மற்ற தொழில்களிலுள்ள நிறுவனங்கள், பெரியவையும், சிறியவையும் லாபகரமான சந்தர்ப்பத்தை இடைவிடாது கவனித்துக்கொண்டிருக்கின்றன. எடுத்துக்காட்டாக, போர்டு மோட்டார் கம்பெனியும் ஹனிவெல் ஆக்கப்பொருள் கம்பெனி (அவைதொழில் கட்டுப்பாடு சாதனங்

களை உற்பத்தி செய்கின்றன) ஆகிய இரண்டும் மின்மயம் சார்ந்த தொகுப்புத் தொழிலைப் படையெடுத்தன. வாய்ப்பு மெய்ம்மையான ஒரு மிகப்பெரிய இரண்டு படையெடுப்புகளும் சில்லோர் முற்றுரிமை களின் ஆதாய ஆர்வத்தை மட்டமாக்கி விட்டன.

படம் 3—9 ஒரு குறைந்து செல் செலவுத் தொழிலுக்கான தேவை வளைகோட்டையும் நீண்ட காலச் சராசரி செலவு வளைகோட்டையும் காட்டுகிறது. நிறுவனங்கள் போட்டி மனப்பான்மையோடு நடந்து கொண்டால், இரண்டு வளைவுகளும் சந்திக்கும் இடத்தைக் காட்டும் மாறுச்செலவு நிலமையைப் போல் விலை உற்பத்தியில் தொழில் சமநிலையை அடையும். ஆனால், அவை அடையமாட்டா. வளர்ச்சி முறை p போன்ற ஒரு விலையில் நிறுத்தப்படும். மிகவும் குறைந்த



படம் 3—9

குறைந்து செல் செலவுத் தொழிலின் சமநிலை: சில்லோர் முற்றுரிமையாளர்கள் எதிர்ச்செயலின் அச்சத்தால் போட்டி அளவிற்கு விலை இறங்காமல் பாதுகாக்கிறார்கள்.

சராசரி செலவில் தொழிலின் திறமை ஒரு மாதத்திற்கு 9 அலகுகளை உற்பத்தி செய்வது போதுமானது. குறிக்குள்ளான அளிப்புவளை கோடு தொழில் போட்டித்தன்மையாக நடந்தால், பல்வேறு விலைகளில் அஃது அளிக்கும் அளவுகளைக் காட்டுகிறது, அஃதாவது, ஒவ்வொரு நிறுவனமும் அதன் இறுதி நிலைச் செலவுகள் விலைக்குச்

சம்மாகும் வரை உற்பத்தி செய்தால் இங்கே குறிக்கப்பட்ட விலைகளின் ஓட்டுத் தன்மை சில்லோர் முற்றுரிமை, குறைந்து செல் செலவு தொழில்களின் குணமாகும். அதிகாரம் 6-ல் அது மேலும் விவாதிக்கபடும்.

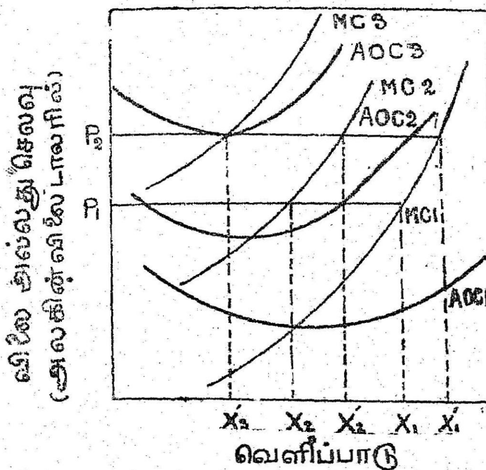
வளர்ந்துசெல் நீண்டகாலச் செலவுகள்: வாரம்

சில தொழில்களில், வழக்கில் இருக்கும் உற்பத்திகரமான ஒன்றைப்போல் நிறுவனங்கள் புதிய வசதிகளைப் பெறமுடியாது. சுரங்கம் இக் கருத்திற்குச் சான்றுக உள்ளது. ஒரு சுரங்க நிறுவனம் சுரங்கச் செல்குழாயைத் தோண்டுவதன்மூலம் அதன் உற்பத்தி அளவை அதிகரிக்கலாம். ஆனுல், ஏற்கெனவே இயங்கிக் கொண்டிருப்பனவற்றை விடக் குறைவான செல்வமுடையனவாய், அல்லது குறைந்த எளிமையான பணியாற்றுவனவாய் இருக்க நேரிடலாம். சட்ட நிறுவனங்கள் இதுபோன்ற இடர்ப்பாடுகளோடு போராடுகிறது. ஒரு வெற்றிகரமான சட்ட நிறுவனம் வளர்ச்சியில் துன்பத்தைக் காண்கிறது. ஏனென்ருல் முன்னர், சிறப்புற்றிருந்ததைப்போல் அது திறமைவாய்ந்த ஆட்களைக் கவரமுடியாது. விவசாயம், ஓட்டை உடைச்சல் தொழில் வடிக்கக் கூடிய துறைகள் முதலிய இதரத் தொழில்களில் எண்ணற்றவை இருக்கின்றன. அவற்றிலெல்லாம், உற்பத்திச் செலவை அதிகரிக்காமல் புதிய வசதிகளைப் பெற்ருலும்கூட நிறுவனங்கள் அவற்றின் உற்பத்திகளைப் பெருக்க முடியாது. இச் சூழ்நிலைகளிலுள்ள நிறுவனங்கள் வளர்ந்துசெல் நீண்டகாலச் செலவுகளை அனுபவிக்கின்றன என்று சொல்லப்படுகிறது.

வளர்ந்துசெல் செலவுத் தொழில்களின் தனிச்சிறப்புடைக்குணம் பண்ணை நிலம், தாது படுகை அல்லது வழக்கறிஞர்கள் செய்வது போல் சில வளங்களையும், அல்லது உள்பொருள் அலகுகள் குணத்தில் மாறுவதைச் சார்ந்தவைகளாகவும் இருக்கின்றன. நாம் தொடர்ந்து கொண்டிருக்கும் வழிகளில் அதே உற்பத்திச் சந்தர்ப்பங்களுடன் உள்ள பல நிறுவனங்களை அவை அடக்கியுள்ளன என்று கருதி அப்படிபட்ட தொழில்களை ஆய முடியாது. மாருக, பருமனில் மாருத வேறுபட்ட தன்மையையுடைய பல உற்பத்தி அலகுகளைக் கொண்டிருப்பதாக ஒரு வளர்ந்துசெல் செலவுத் தொழிலைக் கருதுவது சாலச் சிறந்தது. ஓர் உற்பத்தி அலகின் எடுத்துக்காட்டு ஒரு குறிப்பிட்ட பண்ணை, அல்லது ஒரே ஒரு சுரங்கச் செல் குழாய் முதலியனவாகும். தொழிலின் ஒரு நிறுவனம் சொந்தமாகப் பெற்று ஒன்றை அல்லது பல விதமான உற்பத்தி அலகுகளை இயக்கலாம். முழு நிறுவனத்தின் உற்பத்திகளின்மூலமாக அன்றித் தொழிலில் பணியாற்றப்படும் உற்பத்தி அலகுகளின் எண்ணிக்கைகளின்மூலமும் உற்பத்தி அலகுகளின் வெளிப்பாடுகளின் மூலமும ஆய்வு செய்கிறது.

படம் 3—10 மூன்று உற்பத்தி அலகுகள் மட்டும் கிடைக்கும் ஒரு வளர்ந்துசெல் செலவுத் தொழிலின் நடத்தையைக் காட்டுகிறது. ஒவ்வோர் உற்பத்தி அலகிற்கும் இறுதிநிலைச் செலவு வளைகோடு காட்டப்பட்டுள்ளது. மேலும் AOC என்று காட்டப்பட்ட ஒரு வளை கோடு (சராசரி இயக்கச் செலவு) பழக்கமான சராசரி செலவு வளை கோட்டைப்போல் இருப்பதையும் பார்க்கலாம். இந்த நிலையில் சராசரி செலவுகளிலிருந்து ஏன் இயக்கச் செலவுகள் வேறுபடுத்தப் படவேண்டும் என்பதைக் கீழே நாம் பார்க்கலாம். எல்லா உற்பத்தி அளவுகளிலும் மற்ற இரண்டில் ஒன்றைவிடச் சிறந்த அலகு குறை வான சராசரி இயக்கச் செலவுகளைப் பெற்றிருக்கின்றன வென்பதைக் கவனி.

ஒவ்வோர் உற்பத்தி அலகும் அதன் இறுதிநிலைச் செலவு சந்தை விலைக்குச் சமமாகும்படி இயக்கப்படலாம். சந்தை விலை p_1 ஆக இருந்தால், சிறந்த ஒன்று x_1 ஐ உற்பத்தி செய்யப் பயன்படுத்தப் படும். இரண்டாம் ஒன்று x_2 ஆன அலகுகளையும், மோசமான ஒன்று



படம் 3—10

வளர்ந்து செல் செலவுத் தொழிலுக்கான செலவு வளைகோடு: மாற்றமுடியாத அதன் சொந்த வளைகோடுகளை ஒவ்வோர் உற்பத்தி அளவும் பெற்றிருக்கிறது.

இயக்கப்படமாட்டாது. அஃதாவது அஃது இருக்காது. ஏனென்ருல் விலை சராசரி இயக்கச் செலவு உற்பத்தியைச் சரிக்கட்டும் அளவிற்குப் போதுமான உயர்ந்ததாக இருக்காது. சுலபமாகத் தொழிலின் அளிப்பு $x_1 + x_2$ வாகும்.

விலை p_2க்கு உயர்ந்தால் சிறந்த இரண்டு அலகுகளின் வெளிப்பாடுகள் x_1 லிருந்து X_2க்கு உயரும். அதோடு ஒரு புதிய நிறுவனம் தொழிலுக்குள் நுழையும் அல்லது பழைய நிறுவனங்களில் மோசமான உற்பத்தி அலகைப் பெற்று x_3 அளவில் அதைப் பயன்படுத்தும். தொழிலின் உற்பத்தி பின்னர் x'_1 ... $+ x'_3$ ஆக இருக்கும்.

இப்போது இஃது ஒரு சுலபமாக்கப்பட்ட இடைநிலை விளக்க எடுதுக்காட்டு. எந்த ஒரு மெய்ம்மைத் தொழிலும் மூன்று உற்பத்தி அலகுகளைக் காட்டிலும் மிக அதிகமாக இருக்கும். பக்கத்துப் பண்பின் சராசரி இயக்கச் செலவு வளைகோடுகள் காட்டப்பட்டவற்றைப் போல் ஒத்திருக்காமல் இரா, ஆனால் தொழில் அளிப்பு வளைகோடு அம் முறையில் தோற்றுவிக்கப்படலாம். விலை உயரும்போது, ஏற்கெனவே இயக்கத்திலிருக்கும் உற்பத்தி அலகுகள் அவற்றின் இறுதிநிலைச் செலவு வளைகோடுகளுக்கேற்ப அவற்றின் உற்பத்திகளை விரிவாக்கும். விலை அவற்றின் சராசரி இயக்கச்செலவுகளைச் சரிக்கட்டப் போதுமான அளவு உயர்வாக இருக்கும்பொழுது, புதிய அல்லது பழைய நிறுவனங்களால் புதிய உற்பத்தி அலகுகள் தொழிலுக்குக் கொண்டு வரப்படும். பொருளாதாரத்தில் கிடைக்கும் ஒவ்வொரு பண்புகளின் உற்பத்தி அலகுகளின் எண்ணிக்கையைத் தொழில் அளிப்பு வளைகோட்டின் வடிவம் சார்ந்திருக்கும்.

ஒவ்வோர், உற்பத்தி அலகும், அதில் உற்பத்தி செய்யப்படும் இறுதி நிலைச் செலவு வளைகோட்டிற்கேற்ற ஓர் அளிப்பு வளைகோட்டைப் பெற்றிருக்கும். அந்த விலையால் ஒவ்வோர் உற்பத்தி அலகிலிருந்து அந்த விலைக்கான எடுப்பு உற்பத்தியைப் பிரதிபலிக்கச் செய்யும். ஓர் அளிப்பு வளைகோட்டையும் பயன்படுத்தப்படும் ஒவ்வோர் உற்பத்தி அலகுகளின் எண்ணிக்கையையும் முழுத் தொழில் பெற்றிருக்கும். பொருளாதாரத்தின் கிடைக்கும் ஒவ்வொரு பண்பின் உற்பத்தி அலகின் எண்ணிக்கையையும், உற்பத்தி அலகுகளின் இறுதி நிலைச் செலவு வளை கோடுகளையும் தொழில் அளிப்பு வளைகோட்டின் வடிவம் சார்ந்திருக்கும். நாம் கண்ட மற்ற இரண்டு நிலைகளின் மாறுபட்ட தன்மைக்கேற்ப இஃது ஓர் இயல்பான மேல்நோக்கிச் செல்லும் வளைகோடாக இருக்கும். அது பெரிய ஓர் உற்பத்தியை வருவிக்க உயர்ந்த விலைகள் அவசியம் என்பதையும், பெரிய உற்பத்திக்கான உற்பத்திச் செலவைக் குறைக்க நீண்டகாலச் சரிப்படுத்தல்கள் முடியும் என்பதையும் சுட்டிக்காட்டுகிறது.

சில அவசியமான தன்மைகளில் மற்ற இரண்டு மாதிரிகளிலிருந்து வளர்ந்துசெல் செலவுத் தொழில்கள் மாறுபடுகின்றன; மாறாச் செலவு, குறைந்துசெல் செலவு தொழில்களில் எல்லா நிறுவனங்களும் ஓர்

அலகு உற்பத்திக்குச் சுமாராக அதே லாபத்தை அனுபவிக்க நேரிடும். மேலும் அதே நீண்டகாலச் செலவு வளைகோடுகளின்மேல் அதே உற்பத்தியைப் பெறும்படியான அவற்றின் தொழிற்சாலைகளை விரிவாக்கலாம். அடிப்படை உற்பத்தி அலகுகளை விரிவாக்கமுடியாத வளர்ந்து செல் செலவுத் தொழில்களின் ஒவ்வோர் உற்பத்தி அலகும் அதன் நூதனச் செலவு வளைகோட்டையும் நூதன லாப இறுதி நிலையையும் சந்தை விலைக்காகக் கொண்டிருக்கின்றன. படம் 3—10-ல், எடுத்துக்காட்டாக, விலை p_2 வாக இருக்கும்பொழுது சிறந்த உற்பத்தி அலகு மிகவும் லாபகரமானது, அதே சமயத்தில் ஏழ்மையான ஒன்று இயங்கத் தகுதியற்றதாகிறது. ஒரு முதலீடு செய்பவர், லாபகரமான சிறந்த அலகுக்கான உயர்ந்த தன்மை வளத்திற்காக அதிகமாகச் செலவிட விரும்புவார். ஆனால், மோசமான அலகென்று பிரிக்கப்பட்ட நடுத்தர ஒன்றுக்குச் செலவிட மாட்டான். நுணுக்கமுறையில் உயர் ரக வளங்கள் ஒரு வேறுபாட்டுயர்வு பாரத்தை அல்லது வேறு பாட்டுயர்வு மதிப்பை ஆணையிடும். அதனால்தான் நல்ல பண்ணை நிலம் வளமற்ற ஒன்றைவிட மிகவும் செலவுள்ளதாக இருக்கும்.

இப்போது ஒரு முக்கியமான படர்ந்து பரவுகிற நிகழ்ச்சியை இடர்ப்படுகிறோம். ஆக்க வளங்களின் மதிப்பு அல்லது அலகுகள் முதலியவற்றின் தன்மையை இரட்டிப்பாக்க முடியாது. தொன்மைப் பொருளாதாரத்தில் ரிக்கார்டோ, அவரது சந்தை விலைக்கோடுகளின் ஒரு மூலைக்கல்லாக இந்த நிகழ்ச்சியை ஏற்படுத்தினார். அவரது பகுத்தாய்வு நவீன உடையில், பின்வருமாறு படம் 3—10-ல் மூன்று ஆக்க அலகுகளும் பண்ணைகளென்றும் விலை p_2 வாக இருக்கும்பொழுது அப் பொருள்களுக்கான தேவை $x'_2 + x'_2 + x'_3$ என்றும் ஊகிக்கலாம். பின்னர், மூன்று பண்ணைகளும் இயங்கப்படும். ஆனால், வளமற்ற ஒன்று மதிப்பு வாய்ந்ததாக இராது. நுட்ப முறையில் அஃது ஓர் இறுதிநிலைப் பண்ணையாகும். அது சாகுபடிக்கு லாயக்கற்றது. ஏனென்றால் விலை p_2 ஆக இருக்கும்பொழுது, அந்தப் பண்ணையைச் சாகுபடி செய்பவர் பண்ணைப் பயன்பாட்டிற்கு ஏதும் செலுத்தாமல் இயக்கச் செலவுகளை மட்டும் சரிக்கட்ட முடியும். அதன் பயன்பாட்டிற்கான வாரத்தை அவர் கொடுக்க இயலாது, அவர் அதை வாங்குவதாக இருந்தால், அதன் வாங்கிய விலைக்கு அவர் விளைவைச் சம்பாதிக்க முடியாது.

ஆனால், மற்ற இரண்டு பண்ணைகளும் மதிப்புடையனவாய் இருக்கும், சொந்தக்காரர் விலைக்கும் சராசரி இயக்கச் செலவுக்குமுள்ள வித்தியாசத்தை உற்பத்தி அளவால் பெருக்கப்பட்டதற்குச் சமமான வாரத்தை விதிக்க முடியும். எந்த ஒரு பண்ணை விவசாயியும் அதை விட நல்ல பண்ணை உபயோகத்திற்குச் செலுத்த முடியாது. ஆனால்

வாரம் குறைவாக இருந்தால், வளமற்ற பண்ணையின் இயக்கர் இறுதி நிலை ஒன்றில் பணியாற்றுவதைவிட ஒரு நல்ல பண்ணையை வாடகைக்குப் பெற்றுச் சுகமடைவார். மேலும் வாரத்தை உயர்த்திக் குத்தகைக்கு விட முயலுவார்.

பண்ணை இயக்கரின் நோக்கு நிலையில் இவ்வாரம், மாறுச் செலவின் ஓர் உள்கூறாகும். அதனால் சராசரி செலவின் கூறுமாகும். இயக்கச் செலவிலிருந்து வளர்ந்து செல் செலவு தொழிலின் சராசரி செலவை வேறுபடுத்தும் புதிய ஆக்கக்கூறு இதுதான். அது பழக்கமான செலவு உட்கூறுகளை மட்டும் அடக்கியுள்ளது. வாரங்களைச் சேர்க்கும் பொழுது, சராசரி செலவுகள்மேல் தள்ளப்படுகின்றன. அலகின் லாபம் குறைகிறது. இந்த நிலைமை வளமற்ற நிலம் பயனில் இருப்பதைப் போல் சிறந்த நிலத்திலும் அவை அத் தன்மையாக இருக்கும் வரை நீடிக்கும்.

அவன் வாரத்திற்கு நிலத்தை விட்டாலும் அல்லது சொந்தமாக வைத்திருந்தாலும் (விவசாயியைத்தவிர) அது எந்த வேறுபாட்டையும் ஏற்படுத்தவில்லை என்பதைக் கவனி. அவன் பண்ணையை வாடகைக்கு விட்டால், அவனது வாடகைச் செலுத்தல்கள் அவனது உற்பத்திச் செலவின் பகுதி என்பது தெளிவாகிறது. அவன் நிலத்தைச் சொந்தமாக்கினால், மற்றவனுக்கு வாரத்திற்கு விடுவதன்மூலம் கிடைக்கும் வருமானத்தை அவன் அதை இழக்கிறான், ஆகையால், அஃது அவனுக்குச் செலவாகிறது. செலவின் இதர உள்பொருள்களைப்போல், வாரங்கள் அளிப்பு வளைகோட்டைப் பாதிக்காது. மேலும் சந்தை விலையையும் அதிகரிக்காது என்பதையும் கவனி. நல்ல நிலம் ஒரு வாரத்தைப் பெறுகிறது. ஏனென்றால், அதன் மேலுள்ள இயக்க உற்பத்திச் செலவைக் காட்டிலும் விலை உயர்வாக இருக்கிறது. விலை உயர்ந்தில்லை, ஏனென்றால் வாடகை செலுத்தப் படவேண்டியுள்ளது.[1] இக் குறிப்புரை ஒரு பொதுத் தவறான வாதத்தைப் போக்குகிறது. எடுத்துக்காட்டாக, மத்திய வணிக மாவட்டத்தின் கிடங்கில் விதிக்கப்படும் விலைகள் உயர்வானது என்பது உண்மையன்று. ஏனென்றால், விரும்பிய சில்லரைக் கடைகளின் மனை மிகவும் செலவானதாகவுள்ளது. அதற்குமாறாக, நல்லமனைகள் செலவுள்ளனவாக உள்ளன. ஏனென்றால் அவற்றின் மேல ஏற்படுத்தப்பட்ட கடைகள் மிகவும் உற்பத்தியுள்ளனவாக உள்ளன.

[1] நிலச்சுவான்தார்களில் வருமானங்கள் பணியாளர்களின் உணவு விலையை அதிகரிக்கவில்லை என்று ரிக்கார்டோ முடித்தார். இருந்தாலும ஈட்டாத வருமான வகைகளை வெறுத்தார். உணவு இறக்குமதிகளுக்கான தடுப்புகளைக் குறைப்பதன் வாயிலாக இங்கிலாந்துக்கு உண்வளிக்கப பயன்படுததிய நல்லதர நில அளிப்பை அதிகரிபபது என்ற ஒரு திருத்தம் அவர் பார்த்த ஒன்றாகும்.

வாரத்தின் இயல் நிகழ்ச்சி ஏன் விவசாயிகள் விலை ஏற்ற இறக்கத்திற்கு மிகவும் விரும்பத்தக்கவர்களாக இருக்கிறார்கள் என்பதைக் காட்டுகிறது. நடப்பு உற்பத்தி விலையின்மேல் அறிவிக்கப்பட்ட நிலை விலையில் அவர்கள், அவர்களிடைய பண்ணைகளைச் சாதாரணமாக அடைமானத்துடன் வாங்கியிருக்கிறார்கள். பண்ணைப் பொருள்களின் விலை இறங்கும்பொழுது, உயர்ந்த விலைகளில் ஏற்பதற்குடையனவாய் இருக்கும் இயக்கச் செலவையும் அடைமானச் செலுத்தல்களையும் சரிப்படுத்த முடியாதவர்களாய் இருப்பதை உணர்கிறார்கள். ஆனால், வாரம் நிலத்துடன் மட்டும் பொருந்தப்படவில்லை. எல்லா உயர்வான பண்பு உற்பத்தி அலகுகளாலும் அல்லது வளங்களினாலும் அது ஈட்டப்படுகிறது. சிறந்த அமைப்பான நகரச் சொத்துகள், தாதுவைப்புகள், கேளிக்கை நட்சத்திரங்கள், மேம்பட்ட வழக்கறிஞர்கள், திறமையான செயல் நிறைவேற்றுபவர்கள் ஆகியோர் வார ஆணையிடும் வளங்களின் ஒரு சில எடுத்துக்காட்டுகளாகும்.

நீண்டகாலச் சீரமைவுகளின் மேல்நோக்கு

செலவு வளைகோடுகளின் மூன்று அமைப்புருவும் நீண்டகாலத்தில் மாறுபட்ட செய்கைக்குத் தீவிரமாக வழிகாட்டின. அப்படியிருந்தும் பொதுத்துணுக்குகள் சில இருக்கின்றன. மூன்று நிலைகளுக்கான நீண்ட கால அளிப்பு வளைகோடுகளைக் கருதுவதன்மூலம், இந்த நிலைமையைச் சுருக்க முடியும். அந்த விலையில் நிறுவனங்கள் தொழிற்சாலையை முழுக்கத் தருவிக்க காலம் பெற்றிருக்கும்பொழுது, அந்த விலையில் அளிக்கப்படும் அளிப்புகளையும் சுருக்குகிறது. குறுங்கால ஆய்வுகளுக்குப் பொருத்தமான ஓர் அளிப்பு வளைகோட்டின் கருத்துத் திருத்தம் அதன் விளக்கம் என்பதைக் கவனி. குறுங்காலத்தில் விலையையும் பொருத்தப்படும் செலவு வளைகோட்டையும் மட்டும் அந்த விலையில் அளிக்கப்படும் அளிப்பைச் சார்ந்துள்ளது. நீண்ட காலத்தில் ஒரு விலையில் அளிக்கப்படும் அளிப்பையும் அந்த விலையில் வேண்டப்படும் அளவையும் சார்ந்துள்ளது. ஏனென்றால், தேவைப்படும் அளவு தொழிற்சாலை விரிவாக்கம் சுருக்கம் பற்றிய தீர்மானங்களைக் கவர்கிறது.

மாறாச் செலவு தொழில்களில் ஒரு நூதன நீண்டகால அளிப்பு வளைகோட்டைக் கண்டோம். ஒரு வரையறையற்ற பெரும் அளவு அந்த விலையில் நீண்டகாலச் சராசரிச் செலவுகளுக்குமேல் அளிக்கப்படும் என்றும் குறைந்த விலையில் ஒன்றும் அளிக்கப்படாதென்றும் பார்த்தோம். நீண்டகாலத்தில் தேவை நிலைமைகளின் மாற்றங்களுக்கேற்ப விலை குறைவதற்கான ஒரு காரணமும் இல்லை. இம் முடிவு பல மாறாச் செலவுத் தொழில் துறைகளுக்கும் பொருந்தும். ஆனால், சில திருத்தங்களுக்குட்பட்டுள்ளது. மாறாச் செலவு தொழில்துறை ஆக்கப்

பொருள் துறைகளில் செல்வாக்குப் பெறுகிறது. அதுபோன்ற தொழில்கள் விவசாயத் தொழில்கள், அரைகுறை வேலைப்பார்டுடைய தொழில்கள் சுரங்கத் தொழில்கள் முதலியவற்றிடமிருந்து கச்சாப்பொருள்களைப் பெறுகின்றன. மேற் கூறிய தொழில்களில் வளர்ந்து செல் செலவுகள் சட்டப் பூர்வமானவை. ஒரு பெரிய மாருச் செலவுத் தொழில்துறை (எடுத்துக்காட்டு, கட்டடம் கட்டுதல்) அதன் இயக்க அளவை அதிகரித்தால், வளர்ந்து செல் செலவுத் தொழில் துறைகளிலிருந்து வாங்குகின்ற கச்சாப் பொருள்களின் விலையை ஏற்ற நேரிடும். நீண்ட காலச் சராசரி செலவுக்கோடுகள், நாம் ஏற்படுத்தியதுபோல், கச்சாப் பொருள், காரணி விலைகளுக்கான அதிகரிப்பை அனுமதிக்காது. ஆனால், அவை நிகழ்ந்தால், அவை நீண்டகாலச் சராசரி செலவுத் தொழிலின் அளிப்பு வளைகோட்டிற்கும் ஒரு மேல்நோக்கிச் சாய்வை ஏற்படுத்தும். ஒரே மாதிரியான சிறு தொழில்களின் நிலையில் இந்தச் சிக்கல் எழாது. மரப்பொம்மைகளின் ஆக்கம் நீண்டகாலச் சராசரி செலவு வளைகோட்டைப் பாதிக்காமல் ஏராளமாகப் பெருகும். ஆனால் மரச்சட்டங்களால் அமைந்த வீட்டின் உற்பத்தி பெருகாது.

குறைந்து செல் செலவுத் தொழில்களின் நீண்ட கால அளிப்பு வளைகோடுகள் முற்றிலும் மாருணவை. அவை புதிதாக ஏற்படுத்தப் பட்ட தொழிற்சாலைகளின் விலை, அதன் முந்திய ஆண்டுகளில் ஏன் விழ நேரிடுகிறது என்பதைத் தெளிவுபடுத்த உதவுகிறது (தொலைக்காட்சி தொகுதிகள் போன்றவை). படம் 3—9ஐ மறுபடியும் பார்த்து, அங்கே வரையப்பட்ட ஒன்றின் இடப்புறம் ஒரு தேவை வளைகோடு இருப்பதாக நினை. அது நீண்டகாலச் சராசரி செலவு வளைகோட்டை ஓர் உயர்ந்த செலவிலும், குறைந்த அளவிலும் சந்திக்கும். அப்படியானல், சிறிய, உயர்ந்த செலவுத் தொழிற்சாலைகளுடைய, மேலும் அவற்றில் சில, தொழில்கள் (ஏனென்ருல் திறமையான, பெரிய தொழிற்சாலைகளின் மாருச் செலவுகளைச் சரிக்கட்ட போதிய தேவை இல்லை) சம நிலையை அடையும். இப்பொழுது இயல்பின் மூலம் தொழில் அளிக்கும் அளவு விலையோடு தேவை வளைகோட்டின் நிலமையையும் சார்ந்துள்ளது. தேவை விரிந்தால் சிறிது நேரத்திற்கு விலை சரியும். இறுதியாகப் பேரளவு உற்பத்தியின், எல்லா அனுகூலங்களையும் நிச்சயமாக அனுபவிக்கும், ஆகக் கச்சாப் பொருள்களின் விலைகளைத் தொழில் உயர்த்தலாம்.

ஒரு வளர்ந்து செல் செலவுத் தொழிலின் அளிப்பு வளைகோடு, நாம் பார்த்ததுபோல் இயல்பாகவும் அதன் அளவு முழுக்கவும் மேல் நோக்கியும் சாயும்.

இந்த எல்லா நிலைகளின் பொது இணைப்பு நூல், தேவை நிலைமைகளுக்குத் தொழில் திறமையின் மறுமொழியும். விலைக்கும் நீண்டகாலச்

சராசரி செலவுகளுக்குமுள்ள நெருக்கமான உறவு (சில்லோர் முற்றுமைத் தொழில்களிலும்கூட) ஆகும். ஒவ்வொரு நிலையிலும் மிகவும் குறைந்த செலவில் அதன் சமநிலை உற்பத்தியை முடிந்த மட்டும் அதன் தொழிற்சாலையைச் சரிப்படுத்தும். ஆக இந்தச் செலவு சமநிலை விலையை நிர்வகிக்கிறது. மாருகச்செலவுத் தொழில்களின் இது மிகவும் தெளிவாகும், அங்கே சமநிலை உற்பத்தி மாற்றங்களுக்கேற்ப விலை மாறவே மாருது ஆனல் எல்லா நிலைதளிலும் அது நிலவுகிறது.

ஒரு முக்கியமற்ற நிலை நீண்டகாலச் செலவுகளின் பலத்த பொருள் களின் கவர்ச்சியை விளக்குகிறது. உருண்டை வடிவமான முனைப் பேனுக்களை (Ball point pens) முதலில் அறிமுகப் படுத்தியபொழுது ரேனல்ட்ஸ் பேனுக் கம்பெனி, ஆட்டங் கொடுக்கும் ஒரு மாதிரியை நம்பி, அவற்றுக்கு 15 டாலர் விலை விதித்தது, அவ் விலை அவற்றின் நீண்டகால உற்பத்திச் செலவைவிடக் குறைந்தது 10 மடங்காகும். இத் தெளிவான முரண்பாடு தடுப்பதற்குத் தூண்டுகிறது. இதர நிறுவனங்கள் நுழைந்தன; உரிமைக் காப்புச் சவாலுக்குள்ளாகியது, ஓர் ஆண்டுக்குள் விலை 2.50 டாலருக்குக் குறைந்தது. மேலும் இன்னும் குறைந்தது. உற்பத்திச் செலவுகளுக்கும் விலைக்கும் இடையில் ஒரு தெளிவான முரண்பாட்டை நீண்டகாலத்திற்கு வைத்திருப்பதென்பது இன்றைய உலகில் முடியாத காரியமாகும்.

செலவின் பொதுக்கருத்து

கணக்கரின் செலவு விளக்கத்தைத் தழுவிச் செலவு, அளிப்பு வளை கோடுகளின் ஆய்வைத் தொடங்கினேம். ஆனல் ஆய்வைத் தொடங்கிய பின்னர், விளக்கத்தைப்பற்றி அதிருப்தி அதிகமாகி, பின்னர்ச் சிறுகச்சிறுக அதிலிருந்து விலகினேம். கணக்கர்களுடன் ஒத்துப்பல உற்பத்திக் காரணிகளான, உழைப்பு, கச்சாப்பொருள்கள், சக்தி முதலியவற்றின் பயனுக்காகக் கொடுக்கப்பட்ட செலவை, அனேக வாணிகச் செலவுகள் ஒத்திருக்கின்றன என்பதைப் பார்த் தோம். ஆனல், சில பதிவுகள் நீண்ட நாட்கள் உழைக்கக்கூடிய சொத்தைப் பெரும்பொழுதும், அனேக உற்பத்திச்செலவு உள்பொருள் கள் தெளிவான செலுத்தல்களை ஏற்றது என்பதையும் செலவுகளை ஒத்திருக்கவில்லை என்பதையும் பார்த்தோம். தேய்மானச் செலவு அந்த வகையைச் சேர்ந்தது, மேலும் நிறுவனத்தின் சொந்த முதலுக்கான வட்டி, அது பெற்றிருக்கும் இடத்தின் வாடகை, நிறுவனத்தின் சொந்தக்காரர்களின் உழைப்பு நேரம் முதலியனவுங்கூட அதனுடன் சேர்ந்தனவேயாகும்.

ஒரு நிறுவனத்தின் கணக்குப்புத்தகம், அதன் பணச்செலவு களையும் வரவுகளையும் அதோடு தேய்மானத்திற்கான வழக்க அனுமா

னத்தையும் பதிவுசெய்கிறது. அது செலவிடப்பட்ட செலவுகள் இத் தொகுதியின் கூட்டல் போன்றவை அன்று என்பதையும், அதைச் செலவுகளின் அளவென்றும் கூறுவது தவறை ஏற்படுத்தும் என்பது அல்லது வாணிப முடிவுகளுக்கு அவற்றைப் பயன்படுத்துவது தவறு என்பது நமக்குத்தெரியும்.

ஆனல் கணக்கர்களின் நடைமுறைச் செலவுகளின் விளக்கத்தை ஏற்றுக்கொள்ளாவிடில், எந்த விளக்கத்தை ஏற்றுக் கொள்வது? ஓரே ஒரு குறிப்பளவு நமது ஆய்வுகளில் தெளிவாகிறது. உற்பத்தி செயல் படுத்தப்படாவிட்டால், மற்ற காரணங்களுக்காகக் கிடைக்கும் அவற்றின் தொகுப்பே அதுவாகும். இக் குறிப்பளவு பிரகாரம் வெளிப்புறச் செலவு கள் இச் செலவின் பாகம் என்பது தெளிவாகிறது. அதைப் போலவே உற்பத்திக்குப் பயன்படும் சொந்த முதலின் வட்டி, சொந்த நிலத்தின் வாடகை முதலாளிகளின் உழைப்பு, நேரத்தின் மதிப்பு முதலியனவு மாகும்.

தேய்மானச் செலவு ஓரளவு மிகவும் நுட்பமானது. ஒரு சொத்தை அதன் ஓய்வுத் தேதியில் மாற்றியமைக்க ஒவ்வோர் ஆண்டிற்கும் ஒரு போதிய நிதியை ஒதுக்கவேண்டும் என்றும் அத் தொகையையே நாம் விளக்கினேம். நமது குறிப்பளவுக்குப் பொருத்தமாகிறதா என்பதைப் பார்க்க, கடன்மூலம் நிதி அளிக்கப் பட்ட சொத்தைக் கவனி. பின்னர், வாங்கல் ஆரம்பத்தில் இதர வாங்கலுக்கான எந்தச் செலவையும் விலக் காது. ஆனல் இறுதிக் கடன் செலுத்தலுக்கான ஒரு முறையான ஒதுக்கலை ஏற்படுத்த வேண்டியுள்ளது. அது தேய்மானச் செலவின் தொகை போன்றதாகும். அச் சொத்தை வாங்காமலிருந்தால் (அல்லது அஃது எப்போதும் அழியாததானல்), அந்த நிதி மற்ற காரணங் களுக்குப் பயன்படுத்தப்படுகிறது. ஆகையால், தேய்மானச் செலவும் உற்பத்திக்கான ஒரு சொத்தைப் பெறுவதன்மூலம் ஏற்படுத்தப்படும் நிறுவனத்தின் கட்டுப்படுத்தப்படாத மூலங்களின் குறைப்பை அளவிடுகிறது.

அக் குறிப்பளவு வாய்ப்புப் பெறுமானம், அல்லது மாற்றுச் செலவுத் தத்துவம் என்று கூறப்படுகிறது. இத் தத்துவம் உற்பத்தியைக் கவரும் வளங்களினல் உற்பத்தி செய்யப்பட்ட அதிகமாக விரும்பப்படும் பொருள்களையும் பணிகளையும் குறிப்பிடும் பொருளாதார உற்பத்திச் செலவைக் குறிக்கிறது. அதே வளங்களின்மூலம் உற்பத்தி செய்யக் கூடிய ரேடியோக்களை அடக்கியுள்ள ஒரு தொலைக்காட்சி தொகுதியின் செலவுதான் என்று முதல் நோக்கில் கூறுவது நூதனமாக இருக்கிறது. ஆனல், உண்மையில் செலவு தியாகத்தின் ஓர் இணைப் பொருட்சொல்

என்று பழக்கமாய் அறிந்து கொள்கிறோம். பணத்தின்மூலம் கூறினால் உற்பத்தியாகும் ஒன்றின் வாய்ப்புப்பெறுமானம் என்பது, அதைக் கவரக் கூடிய வளங்களின் மதிப்பாகும். ஏனென்றால் அந்த மதிப்பு இதர வேலை வாய்ப்பின் அவ் வளங்களின் பயன்பாட்டைப் பிரதிபலிக்கிறது.

இச் செலவு கருத்திலிருந்து மாறுவது எவ்வளவு தவறானது என்பதை ஒரு சிறிய எடுத்துக்காட்டு வற்புறுத்திக் கூறுகிறது. அவனது மொத்தப் பணச் செலவையும் அவனது பண்ணைச் சாதனங்களின்மேல் ஒரு சாதாரண தேய்மானத்தைக் காட்டிலும் அதிகமாக அவனது உற்பத்தியை மாதத்திற்கு 2000 டாலருக்கு ஒரு பாரவண்டி விவசாயி விற்கிறான் என்று வைத்துக்கொள்வோம். ஒரு நகர்ப்புற விருத்தியாளருக்கு மாதம் ஒன்றுக்கு 1,500 டாலருக்கு அவனது நிலத்தைக் குத்தகைக்கு விடுகிறான் என்றும், மாதம் ஒன்றுக்கு 1,000 டாலருக்கு ஓர் உற்பத்தியை வாங்குபவனாக ஒரு பணியை எடுத்துக் கொள்ளுகிறான் என்றும் ஊகித்துக் கொள்ளுவோம். அவனது நிலம் லாபகரமானதா? அவன் ஒரு சிறப்பான வருமானத்தைப் பெறுகிறான் என்று அவனது கணக்குப் புத்தகம் காட்டுகிறது. ஆனால், உண்மையில் பயிர் செய்வதனால் மாதம் ஒன்றுக்கு 500 டாலரை இழக்கிறான். ஏனென்றால் நிலத்தை வாரத்திற்கு விட்டுவிட்டு அந்த வேலையை எடுத்துக்கொண்டால், அப்படி ஒரு வருமானத்தைப் பெறமுடியும். எல்லாம் கருதப்பட்டபின்னர், விவசாயத்தையே விரும்புகிறான். அதனால் அவன் சிறப்புரிமைக்காக மாதம் ஒன்றுக்கு 500 டாலரைச் செலுத்துகிறான்.

இந்த விவசாயி ஓர் அபூர்வமான மனிதன் அல்லன். ஒவ்வொரு நிறுவனமும் அதன் நிதியை முதலீடு செய்கிறது. அந்த நிதியை வட்டிக்கு விடலாம். இல்லாவிட்டால், பணம் வாணிபத்தில் போடப்படாமலிருந்தால் அதைச் சொந்தக்காரர்களுக்கு வருமானம் கிடைக்கப் பயன்படுத்தலாம். அந்த நிதிகள் விவசாயியின் நிலத்தைப்போல், அவர்கள் ஈட்டும் வருமானம், வாணிபத்திற்கு பயன்படுத்தப்படாவிட்டால், வாணிப இயக்கச் செலவின் ஒரு பகுதியாகும். ஆனால், கணக்கர்கள் இந்த முந்திய வருமானத்தை அவர்களின் நூல்களில் சேர்ப்பதில்லை. ஏனென்றால், அது மறைந்துள்ளது.[1]

ஒரு கூட்டிணைவாக்கப்படாத வாணிபங்களில் சொந்தக்காரர்களின் கூலிகள், நூல்காப்பாளர்களின் செலவுப் பதிவில் சேர்க்கப்படுவ

1 இக் கணக்குச் சொற்புரட்டு வரிக்கொள்கைகளுக்கான ஒரு சிக்கலைப் பெற்றிருக்கிறது. ஒரு நிறுவனம் அதன் வாணிபத்தில் முதலீடு செய்யப் பணம் கடன் பெறும்பொழுது, கடனின் மேலான வட்டி ஒரு வரிக்குறைப்புச் செலவாகும். அஃது அதன் அல்லது இருப்பு வைப்பவர்களின் பணத்தை முதலீடு செய்யும் பொழுது, முந்திய வட்டிக்கு வரிக்குறைப்பு அனுமதிக்கப்படுவதில்லை. தங்களின் சொந்த முதலுக்குப் பதிலாகக் கடன் பெற்ற நிதியை முதலீடுசெய்ய இது நிறுவனங்களைத் தூண்டுகிறது.

தில்லை. பணியாளர்களுக்கு அளிக்கப்படும் கூலிகளைப்போல் உண்மையில் அவர்களுக்கும் செலவு ஏற்படுகிறது. ஒரு சொந்தக்காரர் அவரது பணிக்கு வராவிட்டால், மற்ற நிறுவனங்களில் பணியாற்றி அவ் வருமானத்தை ஈட்டலாம். அவரது தொழிலாளர்களுக்குக் கொடுக்கும் கூலியைப்போல் இம் முந்திய கூலிகள், அவரது வருமானத்தின் குறைப் பாகும். இந்த மறைந்துள்ள செலவுகளும் அவை போன்ற மற்றவை யாவும் வாய்ப்புப் பெறுமானங்களின் கருத்தில் சேர்க்கப்பட்டுள்ளன.

இந்தச் செலவுகளின் விவாதங்கள் எல்லாம் உன்னை வாணிபத்தில் ஈடுபடுத்தி வதைக்கிறது எனலாம். பொருளாதார அறிஞரின் பணி எப்படிப் பணம் சேர்ப்பது என்பதை வணிகர்களுக்குச் சொல்வதன்று. ஆனால், எல்லாவற்றிற்கும் மேலாகச் சமுதாயத்திற்குப் பயன்படக் கூடிய பொருள்களைப் பற்றியும் அவற்றைச் சமமாகப் பகிர்ந்தளிப்பதைப் பற்றியும் கூறுவதேஅவர்களின் பணியாகும். லாபகரமான வாணிபச் செயலின் கவலை இரண்டு விதமாகும். விவரிப்பதற்காகவும் முன்னறிவிப் பிற்காகவும் லாபம் பெறும் பொருட்டு வணிகர்கள் எவ்வாறு நடந்து கொள்கிறார்கள் என்பதை அறிந்தால், நாம் நிதானமாக அவர்கள் எப்படி நடப்பார்கள் என்று கூறலாம் என்பது ஒரு முறை. இரண் டாவது, பொருளாதாரக் கொள்கையின் நோக்கில் நுகர்வோர்கள் விரும்புவதையும், அதற்காக அவர்கள் செலுத்த விரும்பும்படியான பொருள் உற்பத்தி செய்ய, வணிகர்கள் வளங்களை லாபகரமாகவும், அவற்றைத் திறமையாகவும் பயன்படுத்தி அதற்கேற்ப உற்பத்தி செய் கிறார்கள் என்பதுமாகும். இறுதி அதிகாரத்தில் நியாயமான வணிகக் கணக்கிற்கும் பொருளாதாரக் கணக்கிற்குமுள்ள சில வேறுபாடுகளைப் பார்ப்போம். ஆனால், அடிப்படையில் அவை எல்லாம் ஒன்றேயாகும்.

சமூகச் சிக்கல்கள்

ஒரு பொருளாதாரத்தின் தொழில்களில் சில குறைந்து செல் செலவு நிலமைகளில் இயங்கும்; அல்லது இதரக் காரணங்களினால் போட்டி யிடத் தகுந்தனவாக இரா என்பதைத் தற்சமயத்திற்குப் புறக்கணிக்க லாம். இந்த அதிகாரத்தின் முக்கிய முடிவுகளைக் கீழ்க்காணும் இரண்டு ஆய்வுப் பொருளாக உணர்த்தலாம்.

1. குறுகிய காலத்தில், ஒவ்வொரு பொருளின் விலையும் அதை உற்பத்தி செய்யப்படும் இறுதி நிலைச்செலவும் சமமாக இருக்க நேரிடும்.

2. நீண்ட காலத்தில் (மேலுள்ள செய்தியும் அதற்குப் பொருந்து கிறது) ஒவ்வொரு தொழிலும் தொழிற்சாலையின் இருப்பையும் சாதனத் தையும் பெற்றிருக்க நேரிடும். அஃது அதன் மிகவும் குறைந்த உற்பத் தியை ஏற்படுத்தும் சராசரி செலவை உண்டாக்குகிறது.

இவ்விரண்டு முடிவுகளும் மிகவும் முக்கியமானவை. ஏனென்றால் பொருளாதாரத்தின் வளங்களை அவற்றின் தொழில்களுக்கும் பொருள்களுக்கும் பகிர்ந்தளிப்பதை அவை சுட்டிக் காட்டுகின்றன.

ஒரு பொருளாதாரம் ஒரு விரிந்த தொழிற்கூடம் என்பதால், அதில் எல்லாப் பொருள்களும் உற்பத்தி செய்யப்படுகின்றன. மேலும் அதில் ஒரு மிகப் பெரிய வளங்களின் தொகுப்பு எல்லா உற்பத்திப் பணிகளுக்கும் பிரித்தளிக்கப்படுகின்றன என்பதும் அறியக்கூடும். மேலே கூறிய இரண்டு நிலைமைகளும் திருப்திப்படும்பொழுது இப் பணி முடிந்த மட்டும் திறமையாக அமைக்கப்படுகிறது. அஃதாவது, அதன் வளங்களின்ப் பயன்படுத்துவதனால் கிடைக்கக்கூடிய மிகப் பெரிய பொருள்களின் ஓட்டத்தை அப் பொருளாதாரம் பெற்றுக்கொண்டிருக்கும். வளத்தேவையில் ஒத்திருக்கக்கூடிய இரண்டு பொருள்களுக்கும் இடையில் உள்ள வளத்தைப் பிரிப்பதன்மூலம் இதைத் தெளிவாகப் பார்க்கலாம். மோட்டார் வண்டிகள், தட்டச்சுப் பொறிகள் உபயோகிக்கக்கூடிய எஃகு, உழைப்பு, சக்தி, மற்றும் பெரும் அளவு உள்பொருள்களையும் கொண்டுள்ள அத் தொழில்களைக் கருதுவோம். குறுங்காலச் சமநிலையில் இறுதி நிலை உற்பத்திச் செலவுகளில் ஒன்று விலைக்குச் சமமாக இருக்கும். ஒன்றின் இறுதிநிலை உற்பத்திச் செலவு கொடுக்கப்பட்ட மாருத் தொழிற்சாலை உற்பத்தி செய்யும் ஒரு கூடுதலான அலகின் உற்பத்திச் செலவாகும். ஆகையால், எஃகு, உழைப்பின் செலவுகளும் மற்றும் ஓர் அலகு உற்பத்தி அதிகரிப்பிற்குத் தேவையான மாறும் உள்பொருள்களையும் அது முழுக்க அடக்கியுள்ளது. தற்சமய நோக்கத்திற்கு, 3,000 டாலருக்கு விற்கும் ஒரு மோட்டார் வண்டிக்கு 3,000 டாலர் பெருமானமாகும் உள்பொருள்கள் தேவைப்படும் என்பது புலனாகிறது.

சில உயர்ந்த அதிகாரியின் உத்தரவின்மேல் ஓர் அலகு மோட்டார் வண்டியைக் குறைத்து விடுவதாகவும், அம் மோட்டார் வண்டியைச் செய்யப் பயன்படுத்தப்படும் மாறும் உள்பொருள்கள் தட்டச்சுப் பொறித் தொழிலுக்கு மாற்றப்பட்டு விட்டதாகவும் எண்ணிக்கொள்வோம். ஒரு தட்டச்சுப் பொறியின் விலை 300 டாலராக இருந்தால், அவ் வளங்கள் 10 தட்டச்சுப் பொறிகள் உற்பத்தி செய்யப் போதுமானதாயிருக்கும்.[1] இஃது உண்மை. ஏனென்றால், 10 தட்டச்சுப் பொறிகளுக்கும் மேலானவற்றை உற்பத்தி செய்யப் பயன்படுத்தப்படும் கூடுதலான வளங்களின் மதிப்பு 3,000 டாலராக இருந்தால், ஒரு தட்டச்சுப் பொறியின் இறுதிநிலைச் செலவு 300 டாலர்களுக்கும் குறை

[1] மோட்டார் வண்டித் தொழிலால் வெளிப்படுத்தப்படும் வளங்கள் தட்டச்சுப் பொறிகளைத் திறமையாக ஆக்கப் பயன்படுத்தப்படும் வகையாக இருக்கமுடியாதென்று கூறிவிடலாம்.

வாக இருக்கும். இம் மாற்றம் பொருளாதாரத்தில் பொருள்களின் மதிப்பை அதிகரிக்காது. அதே ஆதாரம், மற்ற ஒரு தொழில்களின் ஜோடிக்கு வளங்களின் ஒரு மாற்றம் உண்மையாக இருக்கும்.

அதைப்பற்றிய மிக முக்கியமானது என்ன? ஒரு மனிதன் ஒரு பொருளுக்குக் கொடுக்க விரும்பும் விலைதான் அவனுக்கு முக்கியத்துவமாகும். அல்லது விருப்பத் தன்மையும் ஆகும் (இதைப்பற்றிப் பொது அறிவு கூறிய போதிலும் மேலும் அதைப்பற்றி அதிகாரம் 5-ல் பார்க்கலாம்). ஒரு தளர்ந்த முறையில், அதே மனிதனுல் அவை வாங்கப் படாவிட்டாலும், பலதரப்பட்ட பொருள்களின் விலைகள் அவற்றின் சமூக முக்கியத்துவத்தைக் குறிக்கின்றன (இஃது அதிகாரம் 7-ல் முழுக்க விவாதிக்கப்படுகிறது). ஒரு தொழில் ஜோடிகளுக்கு அதே முறையில் வளங்களை மாற்ற முடிந்தால், வாங்கும் தொழிலின் அதிகரிப்புக் கொடுக்கும் தொழிலின் உற்பத்திக் குறைப்பைவிட அதிகமாக மதிப்பிடப்படுகிறது. அதனுல், அந்த மாற்றம் சமூகத்திற்கு அனுகூலமாயிருக்கும். அப்படி ஒரு மாற்றம் நிகழாவிட்டால், பொருளாதாரத்தின் வளங்கள் மிகவும் திறமையான முறையில் தொழில்களுக்கு ஏற்கெனவே பகிர்ந்தளிக்கப்பட்டு விட்டதெனலாம்.

முதல் ஆய்வுப் பொருளின் சமூகச் சிக்கல் அதுதான். போட்டியின் சக்திகள் குறுங்காலத்தில் மாறும் வளங்களின் ஒரு பொருத்தமான பகிர்வுக்கு நடத்திச் செல்கிறது என்பதைக் கூறுகிறது. இந்த முடிவுக்கு வருவதற்குக் குறைந்துசெல் செலவு தொழில்களின் நிகழ்ச்சிகளை, அதில் போட்டி முறிந்துவிட நேரிடலாம், ஒதுக்கிவிட வேண்டுமென்பதைக் கவனிப்பது முக்கியமாகும்.

இப்போது இரண்டாவது ஆய்வுப் பொருளின் உள் கருத்தைப் பார்ப்போம். குறுங்காலப் பணிமுறையில் இருக்கலாம். மோட்டார் வண்டித் தொழிலில் மிகவும் குறைந்த சராசரி செலவில் உற்பத்தி செய்யும் சரியான தொழிற்சாலை அதுதான் என்றும், தட்டச்சுப்பொறித் தொழிலில் தொழிற்சாலை இருக்கவேண்டியதைக் காட்டிலும் சிறியதாய் இருக்கும் என்றும் எண்ணிக்கொள்வோம். கோட்டின் ஒரு பக்கத்தில் முதலீட்டின் திசையில் ஒரு தவறு செய்யப்பட்டுள்ளது. அஃதாவது சமுதாய நோக்கு நிலையான தவறு என்பதை அது குறிக்கிறது.

கீழ்க்கண்டபடி விவாதிப்போம். சராசரி செலவுகளை அதன் பருமனை மாற்றுவதன்மூலம் குறைக்க முடியாத ஒரு தொழிலாக இருக்கும்பொழுது, அத் தொழிலின் ஒரு சிறிய முதலீட்டை அனுமதிக்கும் மாறுஞ் செலவுகளின் குறைப்பு மாருச் செலவுகளின் அதிகரிப்பால் சரிப்படுத்தப்படும். எடுத்துக்காட்டாக மோட்டார்த் தொழிலின் முதலீடு

100,000 டாலர் முன்னிருந்ததைவிடச் சிறியது என்று எண்ணிக் கொள். ஒரு தொழில் முதலீடு செய்யப்பட்ட முதலின் செலவு ஓர் ஆண்டு இயக்கங்களின் மொத்தச் செலவில் நேராக நுழையாது. அல்லது அதன் உற்பத்தி அலகின் சராசரி செலவில் இயந்திரந் தேய்மானம் போடப்பட்ட முதலின் வட்டி, காப்பீடு, மற்றும் மாருச் சொத்துகளைப் பாதுகாக்க, பயன்படுத்த ஆகும் செலவுகள் ஆகியவை நேராக நுழைகின்றன. 100,000 டாலர் முதலீட்டிற்கு ஓர் ஆண்டிற்கு இவை 25.000 டாலர் என்னலாம். முதலீடு செய்யப்படாவிட்டால், இம் மாருச் செலவுகள் நேர்ந்திரா. மோட்டார்த் தொழிலின் மாறுஞ் செலவுகள் ஓர் ஆண்டிற்கு 25.000 டாலர் முதலீட்டுடன் சேர்ந்த அவற்றைவிட அதிகமாயிருக்கும். ஏனென்ருல், ஊகத்தில், மொத்தச் செலவுகள் அவற்றின் நடப்பு அளவுக்குக் கீழே குறைக்க முடியாது.

மறுபடியும் தட்டச்சுப் பொறித் தொழிலைப் பார்ப்போம். அதில் சராசரி செலவுகள் கூடுதலான முதலீட்டின்மூலம் குறைக்க முடியும் என்று ஊகிக்கலாம். தட்டச்சுப் பொறித் தொழிலில் 100,000 டாலர் முதலீடு செய்யப்பட்டால், அத் தொழிலின் மாறுஞ் செலவுகள், அந்த அளவு உற்பத்தியில் 25.000 டாலருக்கும் அதிகமாக முதலீடு செய்யாத அவற்றின் அளவுடன் ஒப்பிட்டால் விழும். அங்கேதான் தவறு இருக்கிறது. மோட்டார் வண்டிகளுக்குப் பதிலாகத் தட்டச்சுப் பொறிகளில் 100,000 டாலரை முதலீடு செய்தால், சமூகம், குறைவான மாறும் வளங்களின் செலவை இரு தொழில்களுக்கும் சேர்த்துச் செய்வதால் கிடைப்பதைப்போல் அதே எண்ணிக்கையான தட்டச்சுகளையும், மோட்டார் வண்டிகளையும் பெறமுடியும். அப்படிச் சேமிக்கப்பட்ட வளங்களைத் தட்டச்சுப் பொறிகளின் உற்பத்தி, மோட்டார் வண்டிகள் அல்லது சில மூன்ருவது பொருளின் உற்பத்தியை அதிகரிக்கப் பயன் படுத்தலாம்.

இவ் விவாதம் நிச்சயமாகப் பொதுத் தன்மையாக இருக்கிறது. ஏனென்ருல், தட்டச்சு, மோட்டார் வண்டி முதலிய இரும்புச் சாதனக் கட்டுதல் முதலிய இரண்டு தொழில்களுக்கு வளங்களை மாற்றுவது எளிமையாக இருக்கும். அப்படிப்பட்ட மாற்றங்கள் சமூகத்திற்கு நன்மை பயப்பதாக இருந்தால், ஒரு பொருளாதாரத்தின் பொது வளங்கள் நீண்டகாலத்தில் ஒரு ஜோடித் தொழில்களுக்கு மாற்றுவதில் நெகிழ்ச்சித் தன்மை ஏற்படுகிறது. ஆனல், இரண்டாவது ஆய்வுப் பொருள் சமூக நன்மையை அனுமதிக்காத தொழில்களின் முதலீட்டின் பங்கிற்கான போட்டியை ஏற்படுத்துகிறது என்பதை உறுதியாகக் கூறுகிறது. ஆகத் தானே இயங்கும் போட்டி முதலீட்டின் இயக்கம் சமூக நலனுக்காகவே உள்ளது.

நமது கோரிக்கை அதிகமாக இருக்கக்கூடாது. ஏனென்றால், நமது விவாதத்தில் பல பகுதிகளை நாம் கண்டு நிறைவேற்றவில்லை. குறைந்து செல் நீண்டகாலச் செலவுகளின் தாக்கலைப் புறக்கணித் துள்ளோம் (அதைப்பற்றி அதிகாரம் 6-ல் பார்க்கலாம்). முக்கியமான சிலவற்றையும்கூடப் புறக்கணித்துள்ளோம். சமூகச் செலவுகளின் பிரதிபலிப்பு ஓர் உண்மையான சந்தை விலைகள் என்பது சூழ்ச்சியாக உள்ளது. வண்ணக் கடையின் வீணடிப்பு ஓர் ஆற்றைப் பாழ்ப்படுத்தி, யாரோ ஒருவரை அதைச் சுத்தப்படுத்தச் செய்தால், 3,000 டாலர் என்று காட்டப்பட்ட உற்பத்தியாளரின் சராசரி செலவு வளை கோட்டைவிட அதிகமாய் மோட்டார்த் தொழில் சமூகத்திற்குச் செலவு ஏற்படுத்தும் என்பது ஓர் எடுத்துக்காட்டாகும்.

அப்படிப்பட்ட விளைக்களை ஒத்திப்போடுவதால், போட்டித் தொழில்களின் தூண்டுதல்கள் எல்லாத் தொழில்களிலும் சராசரி செலவுகள் மிகவும் குறைவாக இருக்கும் படியாக முதலீடு இருக்கும் என்றும், அத் தொழில்கள் நிரந்தரமான நுணுக்கங்களையும் மாறாத் தேவை வளைகோடுகளையும் சந்திக்கும் பொழுதும் ஏற்படும் என்பதை யும் காணலாம்.

ஆனால், தேவை வளைகோடு தற்செயலாக மட்டுமன்றி, முறை யாகவும் மக்கள் தொகை வளரும்போதும் பொருளாதாரம் செல்வ முடையதாக இருக்கும்போதும் மாறிகொண்டே இருக்கிறது. உற்பத்தி நுணுக்கமும் மாறிக்கொண்டிருக்கிறது. அதைப்போலவே உழைப்பு, செப்பமற்ற எரிபொருள்கள், உலோகத் தாதுகள் முதலிய இறுதிநிலை உற்பத்தி வளங்களின் அளிப்பு வளைகோடுகளும் ஒரு தொகுதியின் நிலைமைகளுக்கான மூலதனப் பங்கிடும் முழுமையானவையாகவும் பொருத்தமற்றனவாகவும் ஆகிவிடும். இதுவரை முதலீட்டைப்பற்றி என்ன முடிவுக்கு வருகிறோம் (உண்மையாக நிலைத்திருக்கும் இயக்கம் சார்ந்த முதலீட்டுத் திறமையைப்பற்றி ஆயவில்லை) என்பது விரை வாக, நிலமைகள் மாறுவிட்டால் போட்டித் தன்மையாகச் செலுத்தப் படும் முதலீடு அவ்வளவு பொருத்தமற்றதாக இருப்பதாகும் என்று கூறக்கூடும்.

உண்மையில், சுலபமாக ஆய்ந்த முக்கியத்துவம் வணிகர் களுக்குக் கொடுக்கப்பட்டதைக் காட்டிலும் வணிகர்கள் மிகவும் (வாணிப மதிக் கூர்மை) அறிவுள்ளவர்களாக இருக்கிறார்கள். நாம் ஆராய்ந்த லாபத் தன்மையின் கருத்துகள் நிச்சயமாக அவர்களின் தீர்மானங்களில் பலமாகக் கருதப்படுகிறது. எதிர்காலத்தைப் பார்ப்ப வர்களான அவர்கள், நிகழக்கூடிய மாற்றங்களின் கணக்குகளையும் கவனிக்கிறார்கள். அவர்கள் இயக்கம் சார்ந்த சந்தர்ப்பங்களில் சிக்கிக்

கொள்ளும்பொழுது அவர்களின் முடிவுகள் எப்போதும் சீர்மையாக இருக்கும் என்று எதிர்பார்க்க முடியாது. புத்திக் கூர்மையுள்ள வணிகர்களின் வரையறுக்கப்பட்ட திறமையுடையவர் நிலையிலும், அதைவிடச் சிறப்பாக நடத்தக்கூடிய முதலீட்டிற்கான வேறு எந்த முறையும் பொருத்தமற்றதாயிருக்கும்.

இப் பகுதியின் முடிவுகளின் வேறு சில இன்றியமையாத தகுதிகளைப்பற்றி அதிகாரம் 7-ல் சுட்டிக்காட்டலாம்.

சுருக்கம்

இவ் வதிகாரத்தின் பொருளை இருபெரும் தலைப்புகளாகப் பிரிக்கலாம். தொழில்களின், நிறுவனங்களின் குறுங்காலச் செயலும், (அஃதாவது, நிறுவனங்களின் தொழிற்சாலைகள், சாதனங்கள், மத்திய நிறுவனம் ஆகியவை மாறுமலிருக்குமென்று கருதப்படுகிற முடிவுகள்) நீண்ட காலச் செயலும் ஆகும். குறுங்காலத்தில் அதன் பொருளுக்கு நிறுவனம் விதிக்கும் முக்கியமான முடிவாகும். அதைப்போலவே நீண்ட காலத்தில் அதன் தொழிற்சாலையின் வகையைக் கட்டிப் பாதுகாப்பதென்பதாகும்.

வணிகர்களும் கணக்கர்களும் விரிவான கணக்குகள்மூலம் குறிப்பாக வருமானத் தொகுப்பு இயக்கச் செலவுகளின் தொகுப்பின் முலமும் ஒரு நிறுவனத்தின் செயல் காட்சியை மதிப்பிடுகிறார்கள். பொருளியல் நிபுணர்கள் நிறுவனத்தை மாறாக நோக்குகிறார்கள். மாறாச் செலவுகள் மாறும் செலவுகள் என்று அவர்கள் எல்லா உள்பொருள் செலவுகளையும் இரு பெரும் தொகுதிகளாகப் பகுப்பதன்மூலம் கணக்கை எளிதாக்குகிறார்கள். நிறுவனங்களின் வருமானங்களும் இவ்வகைச் செலவு இனங்களின் மாறுபட்ட முடிவுகளின் விளைவின் மேல் அவர்களுடைய கவனத்தைச் செலுத்துகிறார்கள். ஆக, மாறாச் செலவுகள் மாறுஞ் செலவுக்கான உற்பத்தி அளவின் மாற்றங்களின் (குறுங்காலத்தில்) தொழிற்சாலை (நீண்ட காலத்தில்) மறுமொழியின் தன்மையைப் பொறுத்துள்ளன. இந்த ஆய்வுகள், இம் மாற்றங்கள் பல செலவு வளைகோடுகளால் காட்டப்படுகின்றன.

குறுங்காலத்தில் மாறாச் செலவுகள் மாறா. சராசரி செலவுகள் மிகவும் குறைந்த உற்பத்தி அளவுகளுக்கு உயர்ந்துள்ளது. சிறிது காலத்திற்குக் குறையும் உயர்ந்த உற்பத்தி அளவுகள், தொழிற்சாலையின் உற்பத்தித் திறனைப் பலமாகச் செலுத்தும்போது உயரும். இறுதிநிலைச் செலவு செயல்படுத்துகிற உள் உறுப்பாகும்; எந்த ஒரு விலைக்கும் மிகவும் லாபகரமான உற்பத்தி அளவு என்பது, அந்த அளவில் அந்த விலைக்கு இறுதிநிலைச் செலவு சமமாகும். உற்பத்தியை

நியாயம் என்று கூறுவதற்கு ஏற்றதாக வளைகோடு இல்லாத குறைந்த விலையைத் தவிர, இறுதிநிலைச் செலவு வளைகோடு நிறுவனத்தின் அளிப்பு வளைகோடாக இருக்கும். தொழிலின் அளிப்பு வளைகோடு தொழிலின் நிறுவனங்களின் அளிப்பு வளைகோடுகளின் தொகுப்பாகும்.

ஒவ்வொரு நிறுவனமும் அதன் அளிப்பு வளைகோட்டில் ஏறக் குறைய ஒரே மாதிரியான அளவை விற்கும் போட்டித் தொழிலின் சந்தை விலை அப்படியாக இருந்தால், அதனால் தொழிலின் எல்லா நிறுவனங்களுக்கும் இறுதிநிலைச் செலவு ஏறக்குறைய சமமாக இருக்கும் பொழுது, எந்த ஒரு நிறுவனமும் விலையை மாற்றத் தூண்டப்படாது. ஆக, தொழில் குறுங்காலச் சமநிலையில் இருக்கும். இது நிறுவனங் களுக்கு அதே நேரத்தில் ஒரு லாபகரமான நிலையாகும். அதே நேரத்தில் சமூக நோக்கில் வளங்களின் ஒரு திறமையான பயன்பாடும் ஆகும். இந்த நிலைமை ஏற்படாவிட்டால், சில நிறுவனங்கள் விற்பனையில் நட்டம் அடைகின்றன. அல்லது லாபகரமான விற்பனை யைச் செய்யத் தவறுகின்றன. இரண்டு நிலைகளிலும், நிறுவனங்கள் சமவிலையின் திசைக்கு விலையை மாற்றப் பலமாகத் தூண்டப்படும்.

நீண்ட காலத்தை நோக்கினால், விரிவாக்கத்திற்கான மாறுச் செலவு அதிகரிப்பைக் காட்டிலும் எதிர்பார்க்கும் உற்பத்தி அளவில் மாறுந் செலவின் சேமிப்பு அதிகமாய் இருக்கும்பொழுது நிறுவனங் கள் தொழிற்சாலை விரிவாக்கத்தில் முதலீடு செய்கின்றன. மாறுச் செலவின் அதிகரிப்பு, தொழிற்சாலையின் பயன் நிலையில் நிறுவனம் திரும்பப்பெறும் முதலைப் பெறக்கூடிய புதிய முதலீட்டிற்கான முதலின் மேல் ஆகும் வட்டியையும் தேய்மானச் செலவையும் அடக்கியுள்ளது.

ஒரு தொழிலின் நீண்டகால நடப்பு, அதன் நீண்டகாலச் சராசரி செலவு வளைகோட்டின் வடிவத்தைச் சார்ந்துள்ளது. ஒரு மாறுச் செலவுத் தொழிலில், போட்டி நிலவும். உற்பத்தியுடன் பொருளின் விலை மாறுது. ஆனால், அது வளரும்பொழுது, தொழில் கச்சாப் பொருள்களின் விலையை உயர்த்துவதனால் (நீண்ட காலத்தில்) மாறும். ஒரு குறைந்து செல் செலவுத் தொழிலில் ஒரு சில பெரிய நிறுவனங்கள் சந்தையை அதிகாரம் செய்ய நேரிடும். இருந்தாலும். பேரளவு உற்பத்தி யின் சிக்கனத்தை விலை பிரதிபலிக்கும். ஒரு வளர்ந்து செல் செலவுத் தொழிலில் தேவை அதிகரிப்புகள் நீண்ட காலத்தில் விலையில் அதிகரிப்புகளைத் தோற்றுவிக்கும். மேலும் ஆதாயமாக நிறுவப்பட்ட உற்பத்தி அலகுகள் வாரத்தைப் பெறும் எல்லா நிலைகளிலும் நுகர் வோர்கள் அதிகமாக மதிப்பிடக்கூடிய பொருள்களின் தொழிற்சாலைக்கு வளங்கள் நழுவிச் செல்ல நேரிடும்.

அறிமுகப்படுத்தப்பட்ட சிறப்பான கருத்துகள்

இவ் வதிகாரத்தின் முதன்மைக் கருத்துகள் செலவுக் கருத்தை அதன் பல்வேறான பார்வையில் சம்பந்தப்படுத்தப்படுகிறது. செலவுகள் மாரு அல்லது மாறும் மொத்த அல்லது இறுதிநிலை அல்லது சராசரி அல்லது குறுங்கால, அல்லது நீண்ட காலப் பல்வேறு கூட்டுகளாக இருக்கலாம். சிறப்பான மாற்றுருக்களாவன,

செலவு அல்லது மொத்தச் செலவு: ஒரு கொடுக்கப்பட்ட உற்பத்தி அளவை உற்பத்தி செய்யப் பயன்படுத்தப்பட்ட வளங்களின் மதிப்பு, அவ்வளங்களால் உற்பத்தி செய்யக்கூடிய மிக மதிப்புள்ள மாற்றுப் பொருள்களின் மதிப்பால் சிறப்பாக அளக்கப்படுகிறது. இம் முறையில் அளக்கப்படும்பொழுது வாய்ப்புப் பெறுமானம் என்று கூறப்படும்.

இறுதிநிலைச் செலவு: மேலும் ஓர் அலகு உற்பத்திப் பருமனை அதிகரிக்கத் தேவைப்படும் செலவின் அதிகரிப்பாகும்.

சராசரி செலவு அல்லது அலகின் செலவு: மொத்தச் செலவை உற்பத்தி அளவால் வகுக்கப்பட்டது.

மாருச் செலவு: உற்பத்தி அளவின் தற்காலிக ஏற்ற இறக்கத்துடன் மெச்சத்தக்க வகையில் மாருத மொத்தச் செலவின் உள் பொருள்களின் தொகுப்பாகும். சராசரி மாருச்செலவு என்பது மாருச் செலவை உற்பத்தி அளவால் வகுக்கப்பட்டதாகும். இறுதிநிலை மாருச் செலவு என்பது விளக்கப்படி பூச்சியமாகும். ஆகையால் இக்கருத்து ஒருபோதும் பயன்படுத்தப்படுவதில்லை.

மாறுஞ் செலவு: உற்பத்தி அளவு மாறும்பொழுது, குறிப்பாக மாற்றும் மொத்தச் செலவின் உள்பொருள்களின் தொகுப்பாகும். இறுதிநிலை மாறுஞ் செலவும் சராசரி மாறும் செலவாகும் இறுதிநிலைச் சராசரி செலவுக்கு ஒத்த வகையில் விளக்கப்பட்டுள்ளது. இறுதிநிலை மாறுஞ்செலவு எப்போதும் இறுதிநிலைச் செலவைச் சமப்படுத்துகிறது.

நீண்ட காலச் செலவு: ஓர் உற்பத்தி அளவின் நீண்ட கால உற்பத்திச் செலவு என்பது, அந்த அளவிற்கு மிகச் சிக்கனமான தொழிற்சாலையின் மொத்த உற்பத்திச் செலவாகும். நீண்ட கால இறுதிநிலைச் செலவும் நீண்ட காலச் சராசரி செலவும் ஒத்திசைவாக விளக்கப்பட்டுள்ளன. ஆக நீண்ட கால இறுதி நிலைச்செலவு, நீண்ட காலச் செலவின் அதிகரிப்பாகும். தொழிற்சாலையை அதைச் செய்

வதற்கு ஏற்ற வகையில் விரிவாக்கப்பட்டு ஓர் அலகு உற்பத்தி அளவை நிரந்தரமாக அதிகரிப்பதிலிருந்து அது நிகழ்கிறது.

குறுங்காலச்செலவு: மேலே விளக்கப்பட்ட செலவைப் போலவே இஃதும், சில சந்தர்ப்பங்களில் நீண்ட காலச் செலவுகளிலிருந்து வற்புறுத்தி வேறுபடுத்தப் பயன்படுத்தப்படுகிறது. குறுங்கால இறுதி நிலைச் செலவும், குறுங்கால சராசரி செலவும் அதற்குப் பொருந்துகின்றன.

வாரம்: திரும்ப உற்பத்தி செய்ய முடியாத வளங்களின் பயனுக்கான செலுத்தல். குறிப்பாக வளர்ந்துசெல் செலவு தொழில்களில் ஏற்படுகிறது.

தேய்மானம்: நிலையான தொழிற்சாலையும் உறுப்புகளின் பயனுக்கான ஆண்டுக் கட்டணம் கணக்கிடப்படுகிறது. ஆக, தொழிற்சாலையின் பிரயோசனமான வாழ்வு, வட்டி அனுமானத்துடன் திரட்டப்பட்ட கட்டணங்கள் தொழிற்சாலையின் செலவில் சேர்கின்றன.

கடன் கழிவு நிதி: ஒரு தேதியில் கடன் கழிவு நிதி என்பது அந்தத் தேதிவரை வட்ட வீதத்தில் சேர்க்கப்பட்ட தேய்மானக் கட்டணங்களின் தொகுதியாகும். தொழிற்சாலை ஓய்வு பெறும்பொழுது, கடன் கழிவு நிதி, அதன் அழிவுக் காப்பு மதிப்பைக் கழித்த அதன் செலவுக்குச் சமமாகும்.

பிற்சேர்க்கை: செலவு வளைகோடுகளுக்குள்ள தொடர்புகள்

இவ் வதிகாரத்தில் அறிமுகப்படுத்தப்பட்ட மூன்று செலவு வளைகோடுகளும், அதே இயற்பொருள் சார்ந்த விவரங்களாகும். ஆகையால் கணக்கியலில் தொடர்பு படுத்தப்பட்டுள்ளது. கொடுக்கப்பட்ட தொழிற்சாலையுடன் ஒரு நிலையான நிறுவனத்தில் x உற்பத்திக்கான மொத்த உற்பத்திச் செலவு TC (x) என்று இருக்கட்டும். பின்னர், சராசரி உற்பத்திச் செலவு x, AC(x), உற்பத்தி செய்யப்பட்ட தொகையால் மொத்தச் செலவை வகுக்கப்பட்டது என்று விளக்கப்பட்டுள்ளது அல்லது,

$$AC(x)=\frac{TC(x)}{(x)}$$

இறுதி நிலைச் செலவு MC(x) நமது நோக்கத்திற்காக ஓர் அலகு உற்பத்தி அதிகரிப்பால் திணிக்கப்பட்ட மொத்தச்செலவின் அதிகரிப்பு என்று விளக்கப்பட்டுள்ளது.

$$MC(x)=TC(x+1)-TC(x)$$

சமன்பாட்டைப் பயன்படுத்தி (1) இதைப்போல் எழுதலாம்

$$MC(x) = (x+1)\,AC(x+1) - xAC(x)$$
$$= x\,[AC(x+1) - AC(x)] + AC(x+1)$$

இதனால்,

$$AC(x+1) - AC(x) = \frac{MC(x) - AC(x+1)}{x}$$

சராசரி செலவுகள் விழுந்து கொண்டிருக்கும் வரிசையில் உற்பத்தி x இருப்பதாக எண்ணிக்கொள்வோம். பின் இச் சமன்பாட்டின் இடப்புறம் எதிர்மறையாக இருக்கும். மேலும் இப்படியாகவும் குறிப்பிடுகிறது.

$$MC(x) < AC(x+1) < AC(x)$$

வார்த்தைகளில் சராசரி செலவுகள் குறைந்தால், இறுதிநிலைச் செலவுகள் சராசரி செலவுகளைவிடக் குறைவாக இருக்கும்.

அதைப்போன்ற ஆராய்ச்சிமூலம், இடப்புறப் பக்கம் ஐயத்துக்கிடமற்றதாக்கப்பட்டு, சராசரி செலவுகள் ஏறினால் $MC(x) > AC(x+1) > AC(x)$. இறுதிநிலைச் செலவுகள் சராசரி செலவுகளுக்குமேல் மட்டும் இருக்கும்பொழுது சராசரி செலவுகள் அதிகரிக்கும்.

இறுதியாக, சராசரி செலவுகள் குறையும்பொழுது, சராசரி செலவுகள் இறுதிநிலைச் செலவுகளுக்குமேல் இருக்குமென்று இக் கருத்துகளிலிருந்து தெரிகிறது. சராசரி செலவுகள் உயரும்பொழுது, சராசரி செலவுகள் இறுதிநிலைச் செலவுகளுக்குக்கீழ் இருக்கும். சராசரி செலவு வளைகோட்டின் அடித்தளங்கள் வெளிப்படுமிடத்தில் இரண்டு வளைகோடுகளும் சந்திக்கும் என்பது தொடர்ச்சியாகும். அஃதாவது, சராசரி செலவுகள் அவற்றின் குறைந்த அளவில் என்பதாகும்.

4. செலவு வளைகோடுகளுக்குப் பின்னுல்: ஆக்கத்தேர்வுகளும் செலவுகளும்

ஒரு கொடுக்கப்பட்ட பொருளின் உற்பத்தி அளவு தொழிற் சாலையில் உற்பத்தி செய்யப்படுவதைப் பொறுத்துள்ளது என்பதைப் பார்த்தோம். குறைவான மாருச் செலவுகளையுடைய ஒரு சிறிய தொழிற்சாலையில் அதைப் பெறலாம், அதிகப்படியான கை வேலையை யுடைய அல்லது உயர்ந்த மாருச்செலவுகளையுடைய பெரிய, இயந்திர மயமான தொழிற்சாலையில் குறைந்த உழைப்பின்மூலம் பெறலாம். நீண்டகாலத்தில் நிறுவனம் அதன் தொழிற்சாலையைத் தேர்ந்தெடுக் கும்பொழுது ஆக்கச் செலவுகள் மிகவும் குறைவாக இருக்கும் ஒன்றையே தேர்ந்தெடுக்கும்.

மாருச் செலவுகளுக்கும் மாறுஞ்செலவுகளுக்கும் இடையிலுள்ள தேர்வு வணிகர்கள் இடர்ப்படும் பிரச்சனையாகும். அஃதாவது, எவ்வளவுக்கெவ்வளவு பொருள்களை மலிவாக எப்படி உற்பத்தி செய்வதென்பதாகும். சிக்கனமாக இயங்கும் முறையை இடைவிடாது அவர்கள் தேடுகிருர்கள். இத் தேடல் தொழிற்சாலையைத் திறமை யாக இயங்க உதவுகிறது. ஆனுல், அஃது இரண்டு வினைவுகளைப் பெற்றுள்ளது. அவை, இவ் வதிகாரத்தில் விளக்கப்படுகின்றன. அவற்றுள் ஒன்று, உழைப்பையும் இதர வளங்களையும் தொழிற்சாலை களுக்கும் தொழில்களுக்கும் திறமையாகப் பகிர்ந்தளிப்பது (அஃது அவர்கள் தொழிற்சாலைகளில் பயன்படுத்தும் ஒன்றைப்போல் அன்று). வளங்களால் தருவிக்கப்படும் கூலிகளையும் விலைகளையும் தீர்மானிக்க உதவும் உழைப்பு, இதரவளங்கள் ஆகியவற்றிற்கான சந்தையைத் தாக்கல் மற்றென்ருகும். மலிவான உற்பத்தி முறைகளுக்காக வணிகர் களின் தேடுதல்களின் விளைவுகளைப்பற்றி இவ் வதிகாரம் கவனம் சலு த்துகிறது. முதலில் தேடுதலைப் பற்றி விவரிப்போம்,

மலிவான முறையை அறிதல்: ஓர் எடுத்துக்காட்டு

ஒவ்வோர் ஆக்கக்;கிளையும் சில சிறப்பான நுணுக்கத்தைச் சார்ந்திருப்பதால், நுணுக்கங்களில் சிக்கலற்றவையாக இல்லாத ஆக்கத் தேர்வுகளின் எடுத்துக்காட்டு ஆபூர்வமாக உள்ளது. ஆனுல், ஆக்கப் பிரச்சனைகளின் ஒரு வகுப்பு அடிக்கடி நிகழ்கிறதும் முக்கியமானது ஆகும், அஃது ஒரு பெயரைப் பெற்றுள்ளது. மேலும் அது மிகவும் நுணுக்கமற்றவையும் ஆகும். அதுதான் 'ஓரினக் கூட்டுத் தொகுதி (lot size) பிரச்சனே. அதையே. நமது விளக்கமாக தேர்ந்து எடுக்கலாம்.

அச் செய்தி இதுதான். பல உற்பத்தி முறைகள் 'தொகுதிகள்' அல்லது 'கூட்டுகளாக'ச் செய்யப்படுகின்றன. அவற்றுள் கணக்கற்ற ஓரினப்பொருள்கள் உற்பத்தி செய்யப்படுகின்றன. அதன் பின்னர், இயந்திரம் சுத்தப்படுத்தப்பட்டுத் திரும்பவும் சரிப்படுத்தப் பட்டு, இதரப்பொருள்களை உற்பத்தி செய்யத் தயார் செய்யப்படுகிறது. எடுத்துக்காட்டாக, ஒரு வண்ண உற்பத்தியாளர், ஒரு வண்ணத்தின் ஒரு குறிப்பிட்ட எண் காலன்களை (gallons) கலப்பார், அதன் பின்னர்க் கொப்பறையைச் சுத்தப்படுத்தி மற்ற வண்ணத்தைக் கலக்கப் பயன்படுத்துவார். அல்லது ஓர் எஃகு உருட்டு ஆலை ஒரு பருமனையுடைய குறிப்பிட்ட எண் டன்களை உற்பத்தி செய்யும். பின்னர், நிறுத்திவிட்டுத் திரும்பச் சரிப்படுத்தி, ஒரு வேறுபட்ட தர மதிப்புடைய (guage) எஃகுத் தயாரிக்கப்பயன்படுத்தும். உற்பத்தியில் மிகவும் பொதுவான இயங்கு வழக்கமாக இஃது உள்ளது.

ஒரு குறிப்பிட்ட பணிக்கு இயக்கச் சாதனங்களைப் பொருத்துவது மிகவும் விலைபுள்ளதாகும். ஆகையால், இயந்திரம் தயாரிக்கப்பட்டவுடன் ஒரு பெரிய தொகுதியை உற்பத்தி செய்வது விரும்பத்தக்கது. மாருகப் பொருள்களைச் சேமிப்பதும் விலையுள்ளதாகும். ஆகையால், பெரிய ஓர் இருப்பைத் தவிர்க்க சிறு தொகுதிகளை அடிக்கடி உற்பத்தி செய்வது விரும்பத்தக்கது. ஓரினக் கூட்டுத் தொகுதிப் பிரச்சனை என்பது சிக்கலான கருத்துகளில் சிறந்த முடிவெடுப்பதாகும்.

நிச்சயமாக இருக்க, ஒரு மின் மயம் சார்ந்த நிறுவனத்திற்கு ஒவ்வோர் ஆண்டிற்கும் 500 பொறிவண்டி அடிச்சட்டம் வேண்டியிருப்பதாகவும் (அதன் இறுதி உற்பத்திப் பொருளுக்கான ஆக்கக் கூறுகள்) ஓர் ஆண்டிற்கு ஓர் அடிச்சட்டத்திற்கும் ஆண்டிற்கு 2.50 டாலர் ஒரு சதுர அடிக்கு வாடகையாகும் இடம் தேவைப்படுகிறதென்றும் வைத்துக்கொள்வோம். 2.50 ஐ உடைய இரண்டு தொகுதி

களான அடிச் சட்டங்களை உற்பத்தி செய்தால், ஒவ்வொரு நிறுவனமும் 250 அடிச்சட்டங்களை சேமிக்கக்கூடிய இடத்தை 625 டாலர் செலவில் வாடகைக்குப் பெற வேண்டும். ஒரு தொகுதி அடிச் சட்டங்களை (250 ஐ உடைய தொகுதியை) உற்பத்தி செய்யப் பொருத்தப்படும் துளைக்கும் சிப்பிக்கு மணிக்கு 5 டாலர் செலவுடைய 10 மணி அளவான திறமைத் தொழில் அல்லது ஒவ்வொரு தொகுதிக்கும் 50 டாலர் தேவைப்படுகிறதென்று வைத்துக் கொள்வோம். ஆக ஓர் ஆண்டிற்கு இரண்டு தொகுதிகளுக்கும் பொருத்தமான, இருப்பு வைப்புச் செலவுகள் 625+100=725 டாலர்கள் ஆகும். பொருள்களின் செலவு, உற்பத்திக் கான உழைப்பு முதலியவை இப் பிரச்சினைக்குச் சம்பந்தமற்றவை. ஏனென்றால், எத்தனைத் தொகுதிகளாகப் பிரிக்கப்பட்டாலும் 500 அடிச் சட்டங்களுக்கான செலவு அஃதேதான்.

50 அடிச் சட்டங்களைக்கொண்ட பத்துத் தொகுதிகளைச் செய்வது மற்றொரு முறையாகும். ஆக 50 அடிச் சட்டங்களைச் சேமிக்கவேண்டிய இடத்திற்கு 125 டாலர் ஆகும். ஆனால், பத்துத்தொகுதிகள் இருக்கும். அவற்றுள் 500 டாலர்கள் செலவாகும். இத் தேர்வுக்கான மொத்தச் செலவு 625 டாலர்களாகும். இம் முறை இரண்டு தொகுதிகளாக உற்பத்தி செய்வதைவிடச் சிறந்ததாகும். அதுதான் சிறந்த முடிவும் ஆகும்.

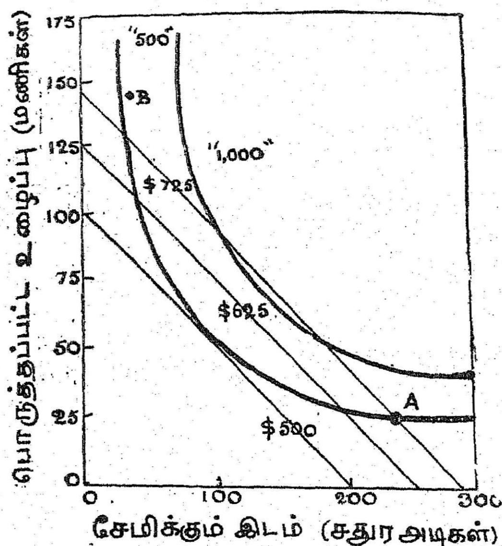
இப் பிரச்சனையை ஒரு வசதியான நெகிழ்ச்சியுடைய திட்டத்தின்[1] மூலம் ஆராயலாம். இரண்டு வளங்கள் சம்பந்தப்படுகின்றன. இங்குச் சேமிப்பு இடமும் திறமைத் தொழிலும் பயன்படுத்தப்பட்ட அளவுகளை ஒரு வரைகோட்டுப் படத்தில் காட்டலாம். அதில் உழைப்பின் அளவைச் செங்குத்தாகவும் சேமிப்பு இடத்தைப் படுக்கைக்கோட்டிலும் குறிக்கலாம். வரைபடத்தின் ஒவ்வொரு முனையும் இரண்டு காரணி களின் ஒறு குறிப்பிட்ட ஜதையைக் குறிக்கிறது. உதாரணமாக முனை A, 20 மணி உழைப்பையும் 250 சதுர அடி சேமிப்பு இடத்தையும், முனை B, 150 மணி உழைப்பையும் 40 சதுர அடி சேமிப்பு இடத்தையும் காட்டுகிறது.

விரும்பிய 500 அடிச் சட்டங்களை 20 மணிநேர உழைப்பையும் 250 சதுர அடி சேமிப்பு இடத்தையும் அல்லது 100 மணி நேர உழைப்பையும் 50 சதுர அடி சேமிப்பு இடத்தையும் அல்லது அது போன்ற வேறு பல சேர்க்கையால்[2] உற்பத்தி செய்ய முடியும். '500' என்று

1 உண்மையில் இக் குறிப்பிட்ட பிரச்சனையைத் தீர்க்கும் சிறந்த முறையாகாது, ஆனால், பொருளாதார ஆய்வின் நோக்கத்திற்கு மிகவும் அறிவுறுத்துகிறது.

2 உண்மையில் எந்த ஒரு சேர்க்கையும் போதுமானது. அதற்குச் சதுர அடி எண்ணிக்கை × மணி நேர உழைப்பு = 5000 ஆகும்,

குறிப்பிடப்பட்ட வளைகோடு. 500 அடிச்சட்டங்களை உற்பத்தி செய்யப் போதுமான எல்லாச் சேர்க்கைகளின் வழியாகவும் செல்கிறது. முனை A, இந்த வளைகோட்டில் அமைந்துள்ளது; முனை B, 600 அடிச்சட்டங்கள் போதிய அளவுள்ளது, அதற்கு மேல் அமைந்துள்ளது.



வரைபடம் 4—1

ஓரினக் கூட்டுத் தொகுப்புப் பிரச்சினைக்கான சரிசம வரைபடம்: இரண்டு சரிசமஅளவு வளைவுகளும் மூன்று சரிசமக் கோடுகளும் காட்டப்பட்டுள்ளன. சரிசம வளைவு, சராசரிக் கோடுகளைத் தொடும் இடத்தில் முடிவு தெரிகிறது.

அப்படிப்பட்ட வளைகோடு சரிசம அளவு (Isoquant) என்று சொல்லப்படுகிறது. அந்த உற்பத்தியின் உற்பத்திக்குப் போதுமான உற்பத்திக் காரணிகளின் எல்லாக் கூட்டுகளின் ஒரு தனிக் குறிப்பீட்டின் கொடுக்கப்பட்ட உற்பத்தி அளவானது எவ்வளவு சரிசமக் கோடாகும்?

ஒரு 'சரி சம அளவுக்கோடு' நிலைத்துள்ளது. அதை ஒவ்வோர் உற்பத்தி அளவிற்கும் வரைய முடியும். வரைபடம் 4—1-ல் இரண்டு காட்டபபட்டுள்ளன. ஒன்று, ஆண்டிற்கு 500 அடிச் சட்டங்களுக்கும் மற்ளுென்று 1,000 த்திற்கும், ஒவ்வொரு சரிசம அளவுக் கோடும் ஒரு குறிப்பிட்ட உற்பத்தியைச் செய்யக் கூடிய, ஆனால் அதற்குமேல்

இல்லாத எல்லாக் கூட்டுச் சேமிப்பு இடத்தையும் உழைப்புப் பொருத்தத்தையும் கோட்டுப்படத்தில் காட்டுகிறது. சரிசம அளவுக் கோட்டின் 500 அலகுக்கான மலிவான கூட்டை அறிவதே நமது பிரச்சனையாகும்.

வரைப்படத்தின் ஒவ்வொரு முனையும் ஓர் அளவு செலவு அடைதலைப் பெற்றிருக்கிறது. எடுத்துக்காட்டாக, முனை A, 725 டாலர் விலையாகிறது. 20 மணி உழைப்பிற்கு 100 டாலரையும் அதோடு 250 சதுர அடி இடத்திற்கு 625 டாலரையும், 725 டாலர் செலவாகும் எல்லா முனைகளையும் இணைக்கலாம். இது 725 டாலர் என்று குறிக்கப் பட்ட வரைபடத்தில் இணைக்கப்படுகிறது. அப்படிப்பட்ட கோடு, 'ஒரு சமச் செலவுக்'கோடு (150 cost) எனப்படுகிறது. மொத்தத்தில் அதே செலவாகும் எல்லா உற்பத்திக் காரணிகளின் சேர்க்கையை ஒரு 'சமச் செலவுக்'கோடு காட்டுகிறது.

சமச்செலவுக் கோடுகள் ஒரு சுலபமான சூத்திரத்தைப் பெற்று உள்ளன. 725 டாலர் சமச் செலவுக் கோட்டின் சமன்பாடு,

$$2.5X+5Y=725$$

அங்கே X சேமிப்பு இடத்தின் சதுரஅடி எண்ணிக்கையாகும், Y பொருத்தப்பட்ட உழைப்பின் மணிகளின் எண்ணிக்கையாகும் (2.5 எங்கிருந்து வந்தது). அதைப்போல் வேறு எந்தச் செலவு அளவுக்கும் சமச் செலவுக்கோடும் சூத்திரத்தைப் பெற்றிருக்கும்.

$$2.5X+5Y=\text{செலவு}$$

இடப்புறம் இருக்கும் குணகங்கள் (Coefficients) எல்லாச் சமச் செலவுக்கும் அதே போல் இருப்பதால், அவை குடும்ப சமன்கோடு களாக அமைகின்றன. மூன்று காட்டப்படுகின்றன. அவற்றின் செலவு கள் குறிப்பிடப்படுகின்றன.

குறைவான சமச்செலவுக்கோட்டை அறிவதன்மூலம் பிரச்சனை தீர்க்கப்படுகிறது. அஃதாவது, 500 அலகுகளுக்கான சரிசம அளவுக் கோடுகளைத் தொடும் குறைவான குடும்ப எண்ணிக்கையாகும். அது 500 டாலருக்கான சமச் செலவுக் கோடாக மாறுகிறது (கோட்டுப் படத்தைப் பார்). அது சரிசம அளவுக் கோட்டில் 50 மணி உழைப் பையும் 100 சதுர அடி சேமிப்பு இடத்தையும் குறிக்கும் முனையைத் தொடுகிறது. ஆக மலிவான உற்பத்தித் திட்டத்தையும் அதன் செலவையும் அறிந்து கொண்டோம்.

இந்த எடுத்துக்காட்டு, தொழிற்சாலை நெருக்கடியாகும் வரைக்கும் அளவு அதிகரிக்கும்பொழுது ஏன் சராசரி செலவுகள் விழுகின்றன

என்பதை அறிய மேலும் விளக்குகிறது. ஒரு சிறு கணக்குமூலம் (ஆண்டிற்கு 1,000 பயன் அளவுள்ள அதே பிரச்சனையைத் தீர்க்கவும்) பயன் அளவு வளரும்பொழுது ஓர் அலகிற்கான தொகுப்பும் சேமிப்புச் செலவுகளும் குறைவதைப் பார்க்கலாம் (ஆண்டிற்கு 500 பயன் அளவிற்கான ஓர் அலகிற்கு 1 டாலர் என்றும், ஆண்டிற்கு 1,000 பயன் அளவிற்கான ஓர் அலகிற்கு 75 சென்டுகள் என்றும் தெரிந்து கொண்டோம்). தொகுதிகளில் உற்பத்தியாகும் எல்லாப் பொருள்களுக்கான குறைந்த உற்பத்தி அளவுகளின் சராசரி செலவுகளின் குறைவுப் போக்கிற்குக் கொடுக்கிறது.

தீர்வு முடிவின் சிக்கல்கள்

தொகு பருமன் பிரச்சனை எளிதாக இருந்தாலும், ஆக்கத்தின் சில முக்கியமான அடிப்படைக் குணங்களை விவரிக்கிறது. உற்பத்தி செய்யப்படும் ஒவ்வொன்றும் சில உள்பொருள்களை அல்லது உற்பத்திக் காரணிகளைக் கோருகிறது. ஆக்க நுணுக்கத்தையும் கிடைக்கும் பல்வேறு காரணிகளின் அளவையும் தெரிந்தால், உண்டாக்கப்படும் பெரியதொரு பொருளின் அளவைகளைக் கணிக்கலாம். ஆனால், மற்ற திசையில் மிகவும் நுட்பமாக ஆராய முடியாது. ஆக்கவேண்டிய பொருளின் அளவையும் நுட்பத்தையும் தெரிந்திருந்தாலும் வேண்டப்படும் பல்வேறு காரணிகளின் அளவுகளைத் தெளிவாகக் கணிக்க இயலாது. ஏனென்றால், எந்த அளவு உற்பத்தியும் பல வழிகளில் உற்பத்தி செய்யப்படலாம். ஒவ்வொன்றும் வேறுவிதமான கூட்டு உள்பொருள்களையும் கோரும். ஒவ்வோர் அளவு உற்பத்திக்கான பல வழிகளை அதற்கேற்ற சரிசம அளவுக் கோட்டால் குறிக்கப்படுகின்றன.

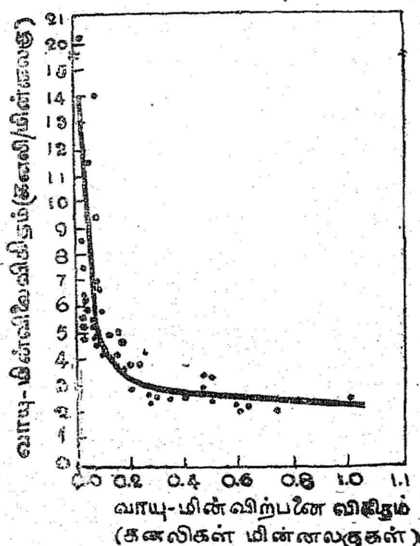
ஓர் அளவு உற்பத்தியை உற்பத்தி செய்யத் தேர்ந்தெடுக்கும் முறைதான் அதன் சரிசம அளவுக்கோட்டின் மலிவான முறையாகும். பொதுவாக எடுத்துக்காட்டில் குறிப்பிட்டதைப்போல், இந்த நோக்கங்கள் சரிசம அளவுக்கோட்டின் வடிவத்தையும் (அஃதாவது உற்பத்தி நுட்பம்) பல்வேறு உற்பத்திக் காரணிகளின் விலைகளையும் சார்ந்துள்ளது. முன் அதிகாரத்தில் பயன்படுத்தப்பட்ட செலவு வளைகோடுகளின் தெளிவான உள்நோக்கை இந்த நோக்கங்கள் கொடுக்கின்றன. சுலபமாக்குவதற்காக, இரண்டு காரணிகள் மட்டும் சிக்கிக்கொள்கின்றன என்று வைத்துக்கொள்ளுவோம். பொதுவாக அதைவிடப் பல இருந்தாலும் ஒவ்வோர் அளவு உற்பத்திக்கும் ஏற்ற சரிசம அளவுக்கோடு இருக்கிறது, சரிசம அளவுக் கோட்டின் ஒவ்வொரு முனையும் காரணி அளவு 1க்குக் குறைகிறது. அதை x என்றும், காரணி அளவு 2ஐ, y என்றும் வைத்துக்கொண்டு, அவை சேர்ந்து அந்த

உற்பத்தி அளவை உற்பத்தி செய்யப் போதுமானதாக இருக்கும். இரு காரணிகளின் விலையும் p_1, p_2 ஆக இருந்தால், அந்த முறையில் அவ் வுற்பத்தியின் உற்பத்திச் செலவு $p_1x + p_2y$ ஆகும். இச் செலவைச் சரிசம அளவுக்கோட்டின் எத்தனை முனைக்கும் விருப்பப்படி கணிக்கலாம். முயற்சித்தாவது அல்லது கோட்டுப்படமுறை அல்லது அல்ஜிப்ராமூலம் சரிசம அளவுகோட்டின் மலிவான x, y தொகுதி யையும் அதற்குத் தகுந்த செலவையும் கணிக்கலாம். அந்த உற்பத்தி கான மொத்த உற்பத்திச்செலவு அதன் முடிவு, அதை அளவால் வகுத்தால் சராசரி செலவைப் பெறலாம்.

அதிகாரம் 3-ல் ஒவ்வொரு முடியுமான உற்பத்திப் பொருளுக்கும் இக் கணிப்புச் செய்யப்பட்டது என்றும், அங்கே பயன்படுத்தப்பட்ட சராசரி செலவு, வளைகோடுகளையும் கொடுக்க கோடிடப்பட்டது என்றும் ஊகித்தோம். ஒவ்வோர் உற்பத்திக்கான குறைந்த, பெறக் கூடிய செலவை அறிய முடிந்ததனால், ஒவ்வோர் உற்பத்திக்கும் சராசரி செலவு வேறுபடாத எண்ணிக்கையாக இருந்தது. அப்படி யிருந்தாலும் ஒவ்வோர் உற்பத்தியும் பல்வேறு காரணிகளின் தொகுப் பால் உற்பத்தி செய்ய முடியும்.

சுருக்கமாக, மலிவான, முடியுமான காரணித் தொகுப்பைப் பயன் படுத்தும்பொழுது, ஒரு கொடுக்கப்பட்ட தொழிற்சாலையின் எந்த ஓர் உற்பத்தியின் சராசரி உற்பத்திச் செலவு, அதன் அலகின் உற்பத்திச் செலவாகும். இம் மலிவான தொகுப்பைச் சரிசம அளவுக் கோட்டுப் படத்தில் அல்லது இதர முறையில் காணமுடியாது. உற்பத்தி நுட்பம் அல்லது ஒரு காரணியின் விலை மாறினால், மலிவான தொகுதியும் சராசரி செலவும் இயற்கையாக மாறும். அடுக்கு-பருமன் பிரச்சினையில் இரண்டு உள்பொருள்களின் அளவுகளைத் தீர்மானிக்கும் தேர்வுப் பருமன்களையும் உற்பத்தி அடுக்குகளையும் தீர்மானிக்கும் அமைப்பைப் பெறுகின்றன. இதரச் சூழ்நிலைகளில் தேர்வின் விவரம் மிகவும் வேறுபட்டுள்ளது, மற்றுமொரு எடுத்துக்காட்டுப் பலவகைச் சந்தர்ப்பங்களைக் காட்டுகிறது. ஆடையை ஆக்க, துணியை வெட்டு வதில், பயன்படுத்தப்படும் உற்பத்திக் காரணிகள் துணியும் வெட்டு பவரின் உழைப்பும் ஆகும். இம் முறையில் நெருக்கடியான மனிதன் தோரணி செய்பவனாவான். அவனது பணி பல சிறு துண்டுகளை வெட்டி ஏற்பாடு செய்து முடிந்த மட்டும் பணியை மலிவாகச் செய்வதாகும். மலிவான துணி பயன்படுத்தப்பட்டால் வெட்டு பவர்கள் விரைவாக உழைக்கும்படியாகத் தோரணிகளை தளர்ந்த முறையில் ஏற்பாடு செய்கிறான். துணி விலை உயர்ந்ததாக இருந்தால் தோரணித் துண்டுகளை நெருக்கமாக வைத்துச் சீர் நிலைபானதும் கழிவையும் குறைக்கும்படி செய்கிறான். பின்னர், உள்ள நிலையில்

வெட்டுபவர்கள் மிகவும் மெதுவாகவும் கவனமாகவும் பணியாற்ற வேண்டும். ஆனுல், ஓர் ஆடைக்கு மிகவும் குறைந்த துணியை உபயோகிக்கிருர்கள் (அதைப்போல மாணிக்க வெட்டுத் தொழிலிலும் கவனம் செலுத்த வேண்டும். அதில் ஒரு கல்லே வெட்ட பலநாள் திட்டமிட்டுக் கழிவைத் தவிர்க்கவேண்டும்). படம் 4—2-ல் அவர்கள் உபயோகிக்கும் பல காரணிகளின் விலைகளுக்கு உற்பத்தி முறை



வரைபடம்—4—2

1961-ல் அமெரிக்காவின் தொழில் உபயோக வாயுவும் மின்சக்தியும்: அங்கு நிறுவனங்கள், மின்சக்தியைவிட வாயுவை அதிகமாகப் பயன் படுத்துகின்றன. அஃதாவது வாயு விலை, மின்விலையை விடக் குறைவாக இருக்குமிடங்களில் (மூலம்: J.R. பெல்டன், 'சக்தி சந்தையில் வாயுக்கும் மின்சாரத்திற்குமுள்ள போட்டி' நெப்ரஸ்கா பொருளாதார வாணிபப் பத்திரிகை, 4 (இலையுதிர்காலம்-1965), 7.

களை வணிகர்கள் எப்படி அமைக்கிருர்கள் என்பதை விளக்குகிறது. மின்சாரமும் வாயுவும் தொழில் வெப்பமாகவும் சக்தியாகவும் பயன் படுத்தும்போது தேர்விற்கு வழியே இல்லே. அங்கு ஒரு தொழிற்சாலே கட்டப்பட்டால் அதற்கு மார்க்கம் கிடையாது. ஆனுல் தொழிற் சாலே கட்டப்படுவதற்கு முன்னர், குறிப்பாக அதன் கட்டப்படும் இடம் தீர்மானிக்கப்படுவதற்கு முன்னர், ஆக்கத்திட்ட முறைகளில் வாயுவுக்கும் மின்சாரத்திற்குமான சலவைப் பார்ப்பதற்குச் சந்தர்ப்பம்

இருக்கிறது. வரைபடம் அப்படிப்பட்ட விலை கருதல்களுக்கு எப்படி வணிகர்கள் நடந்துகொள்ளுகிறார்கள் என்பதைக் காட்டுகிறது. வரைபடத்தின் ஒவ்வொரு புள்ளியும் ஒரு நிலைமையைப் பிரதிபலிக்கிறது. கனலி (Therm) வாயுவிலையின் விகிதாச்சாரம் (100,000 BTU's) மின்சார அலகுத் தொகு-மணி (Kilowatt-hour) விலைக்குச் செங்குத்தாக குறிக்கப்பட்டுள்ளது. தொழில் நிறுவனங்களால் பயன் படுத்தப்படும் வாயு அளவின் விகிதாச்சாரம் அவர்களின் மின்சக்தி வாங்கலைப் படுக்கைக் கோட்டிலும் குறிக்கப்பட்டிருக்கிறது. எடுத்துக் காட்டாக. மேல் இடப்புற மூலையில் உள்ள புள்ளி மின்னலகுத் தொகுதி - மணியைப்போல் 20 மடங்கு விலையாகும் கனலியைக் காட்டும் நிலையைக் குறிக்கிறது. தொழில் நிறுவனங்கள் அந்த நிலையில் ஒரு குறைவான அளவு வாயுவை - அஃதாவது மின்சாரத்தைப்போல் ஒரு சதவீத வாயுவைப் பயன்படுத்துகிறது. அடுத்த முனையில் மின்னலகுத் தொகுதி மணியைவிட, இரண்டு மடங்கு விலையாகும் கனலியைக்காட்டும் நிலையுள்ளது. அந்த நிலையில் உள்ள நிறுவனங்கள் மின்சக்தியைவிட ஓரளவு அதிகமான வாயுவை உபயோகிக்கும். இரண்டு முனைகளுக்கும் இடையிலுள்ள புள்ளிகள் நாம் எதிர்பார்க்கும் பொதுநோக்கைக் காட்டுகின்றன. பெருமிதமாகக் கூறினால் வாயு விகிதாச்சாரம் மின்விலைக்குக் குறைவாக இருந்தால், மின் உபயோகத்திற்கு வாயு விகிதாச்சாரம் வாய்ந்திருக்கும்.

பதிலீடும் காரணி விலைகளும்

ஒரு கொடுக்கப்பட்ட உற்பத்தியை உற்பத்தி செய்யும் சிறந்த வழி, பயன்படுத்தப்படும் காரணிகளின் விலையைச் சார்ந்துள்ளது. ஏனென்றால், இவ்விலைகள் சமச்செலவுக்கோடுகளைத் தீர்மானிக்கிறது என்று பார்த்தோம். இப்போது காரணி விலைகளுக்கும் உள் பொருள் கூட்டுத் தேர்வுக்குமுள்ள தொடர்பைக் கவனிக்க வேண்டியுள்ளது. இவ்வடுக்குப் பிரச்சினை, வேறு நோக்கு நிலையிலிருந்து அதை அணுகினால், அஃதாவது கடந்த அதிகாரத்தில் பொருத்திப் பார்த்த இறுதி நிலை ஆய்வு, இத் தொடர்பை வெளிப்படுத்தும்.

திட்டப்படி ஆண்டிற்கு 20 மணி தொகுதி உழைப்பும் 250 சதுர அடி சேமிப்பு இடத்தையும் கொண்டுள்ள 250 அடிச் சட்டங்களான இரண்டு தொகுதி ஒவ்வொன்றுக்குமான முடிவைக் கவனி. இப்போது எல்லையை விரிவாக்குவதற்குப் பதிலாக, மாறாக இருக்கும் மற்ற திட்டங்களுடன் ஒப்பிட்டுப் பார்ப்போம், உதாரணமாக ஒவ்வொன்றும் 200[1]

[1] வடிவ எண்களாக வைத்துக்கொள்வதில் தவறு ஒன்றும் இல்லை. ஆண்டுக்கு $2\frac{1}{2}$ அடுக்குகள் (ஒவ்வொன்றும் 200 அடிச் சட்டங்களான) இரண்டாண்டிற்கு 5 அடுக்குகளாகவே உள்ளது. ஆண்டிற்கு 500 அளவு உபயோகத்திற்கு அஃது ஆதரவளிக்கும்.

அலகுகளான 2½ தொகுதிகளை ஆண்டொன்றுக்கு உற்பத்தி செய்யக் கூடியதை இத் திட்டமும் ஆண்டிற்கு 500 அடிச் சட்டங்களின் தேவையைப் பூர்த்திச் செய்யும். ஆனால், சேமிப்பு இடத் தேவையை 200 சதுர அடிக்குக் குறைத்துப்பொருத்தப்பட்ட உழைப்பின் அளவை 25 மணிகளாக அதிகப்படுத்தும். காரணித் தேவையின் இம் மாற்றத்தில் கவனம் செலுத்தி அதற்குக் கிரேக்க எழுத்தான முக்கோண வடிவம் என்று $\triangle$[1] பெயர் கொடுப்போம். பயன்படுத்தப்படும் சேமிப்பு இட அளவிற்கு S என்றும், உழைப்பு அளவிற்கு L என்றும், ஆண்டிற்கு 2 தொகுப்பிலிருந்து 2½ தொகுப்பிற்கான மாற்றம் $\triangle S = -50$ சதுர அடியாகவும் $\triangle L = 5$ மணி பொருத்தப்பட்ட உழைப்பு என்றும் ஆகும். மாற்றத்தின் செயல்முறைவிளைவு, உற்பத்தி அளவைப் பாதிக்காமல் $\triangle L$ மணி பொருத்தப்பட்ட உழைப்பை $\triangle S$ சதுர அடி சேமிப்பு இடத்திற்குப் பதிலீடு செய்வதாகும்.

அப்படிப்பட்ட வேறுபட்ட காரணிகளின் உற்பத்திச் சந்தர்ப்பம், உற்பத்திச் செலவைக் குறைவாக வைக்கும் திறவு கோலாக இருக்கிறது. பொதுவாக, ஒரு காரணிக்காக மற்றொன்றைப் பதிலீடு செய்வதைச் சுருக்கமாக MRS, இறுதிநிலைப் பதிலீடு அளவு என்று கூறப்படுகிறது. முறையாக: Y காரணிக்கான X காரணியின் இறுதிநிலைப் பதிலீட்டு அளவை MRS (X:Y) என்றும், ஒரு காரணி Y அலகுக்குப் பதிலாக வேண்டிய X காரணி அலகின் எண்ணிக்கையாகும், அப்போது உற்பத்தி அளவு அதே நிலையில் இருக்கவேண்டும்.

சூத்திரவடிவத்தில்

$$MRS\,(X : Y) = -\frac{\triangle X}{\triangle Y}$$

நாம் பார்க்கிறோம்

$$MRS\,(L : S) = -\frac{\triangle L}{\triangle} = \frac{5}{50} = \frac{1}{10}$$

20 மணி நேர உழைப்பும் 250 சதுரஅடி சேமிப்பும் பயன்படுத்தப்படும் பொழுது அப்படி யிருக்கும்.[2] இப் பதிலீடு உற்பத்தி அளவைப் பாதிக்காவிட்டாலும் செலவை அது பாதிக்கிறது. 50 சதுர அடி சேமிப்பு இடத்தைச் சேமிப்பது 125 டாலர்களை மிச்சப்படுத்தும்,

[1] கணிதத்தில் காணப்படுவதைப்போல் பொருளாதாரத்திலும் $\triangle$ அடிக்கடி பயன்படுத்தபபடுகிறது. ஒரு குறிப்பிட்ட மாற்றத்தை சில அளவில் குறிக்க உதவுகிறது.

[2] நமது முடிவு தோராயமான, ஏனென்றால் சரிசம அளவின் விளைவு சில தவறை அறிமுகப்படுத்துகிறது. கருதப்படும் மாற்றம் மிகவும் குறைவாக இருந்தால், தோராயம் மிகவும் செம்மையானதாக இருக்கும்.

அதைப்போலப் பொருத்தப்பட்ட 5 மணி உழைப்பு நிகரச் சேமிப்பான 100 டாலருக்கு 25 டாலர் செலவை ஏற்படுத்தும். உண்மையில் ஓர் ஆண்டிற்கு இரண்டு தொகுதிகளைச் செய்யும் திட்டம் சிக்கனமற்றதாக இருக்கும்.

தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட தொகுதியின் MRS காரணிகளின் விலையின் விகிதச்சாரத்திற்குச் சமமாக இல்லாவிட்டால், செலவுகளை எப்போதும் குறைக்க முடியும் என்பது இங்குப் பொது தத்துவமாக உள்ளது. இதைப் பார்ப்பது எளிது. விலைகள் p_x என்றும் p_y என்றும் வைத்துக் கொள்வோம். உற்பத்தியை மாற்றாத ஒரு பதிலீடு ஓர் அலகுக் காரணி Y யின் உபயோகத்தைக் குறைப்பதையும் (சேமிப்பு p_y), செலவு $pX\triangle X$ன் அலகுகளான MRS $(X : Y) = \triangle X/\triangle Y = X/1 = \triangle X$ ஆல் காரணி X உபயோகத்தை அதிகரிப்பதையும் அடக்கியுள்ளது. காரணி Yயின் அல்லது p_y செலவின் சேமிப்பு $p_x\triangle X$ மதிப்பாக ஆக்கும் காரணி Xன் செலவின் அதிரிப்பைச் சரிப்படுத்துவதைவிட அதிகமாய் இருந்தால் செலவைக் குறைப்பது நிகரலாபமாக இருக்கும். உண்மையில் நிகர சேமிப்பு $p_y—p_xX\triangle X$ ஆகும்.

இச் சேமிப்பு நிச்சயமானதாக இருந்தால், காரணி Y-ன் உபயோகம் குறைந்தது ஓர் அலகாகவும் அதன் பதிலீட்டிற்குத் தேவைப்படும் காரணி X அலகுகளின் எண்களையும் குறைக்கப்பட வேண்டும். மாறாக, நிகரச் சேமிப்பு எதிர்மறையாக இருந்தால், காரணி Y-ன் உபயோகத்தை அதிகரிப்பதன் மூலமும், காரணி X-ன் உபயோகத்தை வெட்டியும் செலவுகளைக் குறைக்கலாம். நிகரச் சேமிப்புப் பூச்சியமாக இருக்கும் நேரத்தில் மட்டும் செலவுகளைக் குறைக்க முடியாது, அல்லது சம மதிப்புள்ளதாக இருக்கும் பொழுது,

$$\frac{p_y}{p_x} = \text{MRS}\ (X—Y).$$

இச் சமன்பாடு மிகவும் சிக்கனமாகச் சேர்த்துப் பயன்படுத்தப்படும் பொழுது காரணிகளின் விலைகளுக்கும் இறுதிநிலைப் பதிலீட்டு அளவிற்குமுள்ள தொடர்பைக் குறிக்கிறது. ஒரு முக்கியமான பொதுத் தத்துவத்தை அடைந்துள்ளோம். காரணிகளின் செலவு-உச்சப்படுத்தும் கூட்டுப் பயன்படுத்தப்படும்பொழுது காரணிகளின் எந்த ஒரு ஜதையின் MRS உம் அவற்றின் விலைகளின் விகிதாச்சாரத்திற்குச் சமமாகும்.

நீங்கள் விரும்பினால், செலவை உச்சப்படுத்தும் கூட்டில் MRS ஐக் (சேமித்தல் : உழைப்பு) கணிப்பதன்மூலம் அதைத் தடுக்கலாம் (50 மணி - 100 சதுர அடிகள்). ஆனால், கோட்டுப் படத்தின்மூலம் நிலைப்

படுத்துவதன் அறிவூட்டத்தக்கதாக இருக்கும். கோட்டுப் படத்தின் மூலம், நமது கவனத்திலுள்ள பதிலீட்டு முறை 500 அலகுகளுக்கான சரிசம அளவில் ஒரு முனையிலிருந்து மற்றொன்றுக்கு நகர்வதாகும். ஏனென்றால் இதில் எந்தப் பதிலீட்டு முறையும் உற்பத்தியை மாற்றுவதில்லை, MRS என்பது இரண்டு காரணிகளின் அளவின் மாற்ற விகிதாச்சாரமாகும்; மாறாக அதுதான் கூட்டுகளின் மாற்றத்திற்கு முன்னும் பின்னும் இணைக்கும் நாளத்தின் சரிவாகும். மிகவும் சிறிய மாற்றங்கள் எல்லாச் செயல் முறையிலும் நாளம் சரிசம அளவைக்குத் தொடு வரையாக இருக்கிறது, அதைப்போல் நினைப்பது சாலச்சிறந்தது. இப்படியாக எந்த ஓர் முனையின் சரிசம அளவின் சரிவும் அங்குள்ள MRS-ன் கோட்டுறுப்பாக நிற்பதாகும்.

ஆனால், விலை விகிதாசாரம் சமச் செலவுக் கோட்டின் சரிவாக உள்ளது. இதையும் சுலபமாகப் பார்க்கலாம். முன்னதைப்போல், விலைகள் p_x p_y என்றுவைத்துக் கொள்ளுவோம். ஒரு நிறுவனம் காரணி Y ஐ ஓர் அலகு குறைவாக வாங்கினால், இரண்டு காரணிகளுக்கான அதன் மொத்தச் செலவை மாற்றாமல் காரணி X-ன்மேல் p_y அதிகமாகச் செலவிட நேரிடும். இத்தொகை p_y/p_x காரணி X அலகுகளை வாங்கும். அஃது ஓர் அலகைக் கீழே நகர்த்தும்பொழுது, மற்ற செலவுக்கோடு பின்னர் p_y p_x அலகுகளை வடபுறமாக நகர்த்துகிறது.

ஆக விகிதாச்சார விலைக்கு MRS சமமாக இருக்கும் பொழுது' சமச் செலவுக் கோடுகளைப்போல் சரிசம அளவும் அதே சரிவைப் பெற்றிருக்கும். நமது முடிவை மாறாக மாற்றியமைக்கலாம், ஓர் உற்பத்திக்கான காரணிகளின் செலவு உச்சப்படுத்தும் கூட்டுச் சரிசம அளவின் முனையால் கொடுக்கப்படுகிறது. அதில் சமச்செலவுக் கோடுகளின் சரிவிற்குச் சமமாக அச் சரிவு இருக்கும். இந்த முனையில் ஒரு சமச் செலவுக்கோடு சரிசம அளவுக்குத் தொடுவரையாக இருக்கும்.

உருப்படம் 4—1 இத் தொடர்பு ஓரினக் கூட்டுப் பருமன் பிரச்சினையைப் பெற்றிருப்பதைக் காட்டுகிறது. இப் பிரச்சினையை அல்லது அதைப் போலுள்ள மற்ற ஒன்றையும் அது நியாயமான சரிவைப் பெறும் முனையை அறியும் வரைக்கும் சரிசம அளவைப் பின்பற்றித் தீர்த்து விடமுடியும்,

வணிகர்கள் நிச்சயமாக, சரிசம அளவைப் பின்பற்றுவதில்லை அல்லது அதை வரையவும் முடியாது. ஆனால், அவர்களின் சொந்த வழியில் அசையச் செய்கிறார்கள், உற்பத்திச் செலவைக் குறைக்க முயல்கிறார்கள், அவர்கள் அப்படிச் செய்யும் பொழுது, எப்படியோ இவ்வதிகாரத்தில் நிலைபாடான தொடர்புள்ள ஒரு கூட்டை, தோராயமாக வாவது, அடைகிறார்கள்.

குறைந்துசெல் விளைவு விதி

நமது முழுவிவாதமும் அதன் முடிவுகளும் ஒரு சிறப்புப் பிரச்சினைக் காகத் தருவிக்கப்பட்ட சரிசம அளவின் உருவத்தைச் சார்ந்துள்ளது. குறிப்பாக, அவை கீழே அமைந்துள்ள தொடர்வரைக்கு மேலுள்ள சரிசம அளவுக் கோட்டை உண்மையில் சார்ந்துள்ளது (ஏன் இது முக்கிய மாக உள்ளது? சரிசம அளவுகள் வேறு ஓர் உருவத்தைப் பெற்றிருந்தால் செலவு உச்சப் படுத்தும் முனை எங்கு இருக்கும்?). கணித மொழியில் கூறினல், சரிசம அளவுகள் குவிந்த உருவாக இருப்பதைப் பார்க்கலாம். ஓரினக் கூட்டுப் பிரச்சினைக்கான சரிசம அளவுகள் குவிந்த உருவாக (Convex) இருப்பதாக வைத்து, அதே சொத்தைப் பொதுவாகக் காண்பதில் நம்பிக்கை கொள்ள முடியுமா? அப்படிச் செய்ய இயலும் என்று கூறும் பொதுத் தத்துவம் இல்லை. சரிசம அளவுகள் ஒரு குறிப்பிட்ட உற்பத்தி நிலைக்குக் குவிந்த உருவாக இருக்குமா என்பது தகுந்த தொழில் நுட்டத்தைச் சார்ந்துள்ளது. ஆனல், சரிசம அளவுகள் பொது இந்த உருவத்தைப் பெற்றிருக்கும் என்பது நன்மை தரும் கருத்தாகும். அதைப் பற்றியே இப் பகுதியில் விவாதிப்போம். இரண்டு கட்டங்களில் அதை விவாதிப்போம். முதலில் ‘குறைந்துசெல் விளைவு விதியைபற்றி’ விவரிப்போம். பின்னர், அவ் விதியிலிருந்து இயல்பான சூழ்நிலையில் சரிசம அளவுகளின் குவிந்த உருவைத் தருவிப்போம்.

குறைந்து செல்விளைவு விதி பொருளாதாரத்தில் மிகவும் பழைமை யான ஆக்கவளமுடைய உள் கருத்தாகும். விவசாயத்தில் உற்பத்தி நிலைகளிலிருந்து அஃது எழுந்தது. ஒரு விவசாயி குறைவான உரத்தைப் பயன்படுத்தி ஓர் ஏக்கரைச் சாகுபடி செய்வதாக வைத்துக் கொள்வோம். அவன் குறைந்த ஒரு மகசூலைப் பெற நேரிடும். ஏனென்ருல், நிலத்தில் வளம் குறைந்திருக்கும். ஆனல் கொஞ்சம் அதிகமான உரத்தை, அஃதாவது ஏக்கருக்கு 5 பவுண்டு போட்டால், அரைப் பட்டினியாக இருக்கும் செடிகள் நல்லதொரு வளர்ச்சியைப் பெறும். மேலும் ஐந்து பவுண்டுகள் போட்டால் வளர்ச்சியை மேலும் அதிகப்படுத்தும். ஆனல், முதல் பகுதிக்குள்ளதுபோல் இருக்காது. அடுத்தடுத்த ஐந்து பவுண்டுகள் போட்டால், ஒவ்வொன்றும் முந்திய பகுதிக்குள்ளதைவிடக் குறைவான வளர்ச்சியைக் கொடுக்கும் செடி களுக்குத் தேவையான சத்துகள் நிலத்தில்போடும் வரை இது நீடிக்கும். அதற்குமேலான பகுதிகள் பயனற்றனவாகிவிடும்.

இப்படிப்பட்ட இயல்பு, உரத்திற்கு மட்டும் நூதனமானதன்று. விதை, தண்ணீர், விவசாய உழைப்பு, விவசாய உற்பத்திக்குத் தேவை யான மற்ற எல்லா உள் பொருள்களும் அதே இயல்பு கொண்டவை யாகத்தான் இருக்கும். எப்பொழுதாயினும் ஓர் உள் பொருளின்

அளவு அதிகரிக்கப்பட்டால், முதல் சேர்ப்புப் பின் சேர்ப்பைவிட அதிகமான ஊக்கத்தை ஏற்படுத்தும். இவ்வியல் நிகழ்ச்சி விவசாயத்திற்கு மட்டும் சொந்தமானதன்று. துணிவெட்டும் எடுத்துக் காட்டைக் கருது. மிகவும் குறைந்ததொரு துணியைப் பயன்படுத்திஞல் தோரணிகளை நெருக்கமாக வைக்கவேண்டும். கத்தரிப்பவர்களும் கவனமாகப் பணியாற்றவேண்டும். ஓரளவு துணி அதிகமாய்ப் பயன்படுத்தப்பட்டால், மோசமான மூலைகள் தவிர்க்கப்படும், கடைக்கு வார உற்பத்தியும் அதிகரிக்கும். மேலும் கூடுதலான துணி மேலும் ஒரு சிறு விருத்தியை ஏற்படுத்தும். ஆனல், முதல் சேர்க்கையைப்போல் இருக்காது. ஏனென்ருல், மிக மோசமான தடுத்தல்கள் ஏற்கெனவே விலக்கப்பட்டுவிட்டன. இறுதியில் வசதியான முறை கிடைக்கும் வரையும் மேலும் அதிகமான துணி விரும்பத்தக்கதாத[1] இருக்கும்வரை ஒவ்வோர் அடிதுணி அதிகரித்தால் அப்படிப்பட்ட நிலை உருவாகும்.

இந்த நோக்குகளும் அதைப்போன்ற மற்றவையும் விளக்கச் சான்ருக இல்லாவிட்டாலும், அவை ஒரு பொதுத் தத்துவத்தைப் பலமாகத் தெரிவிக்கிறது. ஆக்கக் காரணிகளின் ஏதாவதொன்றின் அளவைச் சமப் பகுதிகளாக மேலும் மேலும் அதிகரித்தால், உற்பத்தியில் அடுத்தடுத்த அதிகரிப்பை ஒரு குறிப்பிட்ட அளவு வரை பெறலாம் ஆனல் ஒவ்வோர் அதிகரிப்பும் அதன் முன்னேடியைவிடக் குறைவாக இருக்கும்.

இதுதான் 'குறைந்து செல் விளைவு விதியாகும். ஏற்கெனவே அதை உயர்த்துணர்ந்ததுபோல், பங்கு மதிப்புக்குறிப்பிட்டுக் குறிகளைப் பெறுகிறது (முதலீட்டிற்குப் பதிலாக அல்லது வற்புறுத்து வார்த்தைக்குப் பதிலாக). ஏனென்ருல், அஃது உண்மையில் ஒரு விதியில்லை. அதற்குப் பல விதி விலக்குகள் உள்ளன. விதி விலக்குகள் அளிக்கப்பட்டன. இருந்தாலும், போதிய பொதுவான உண்மை இவ் விதியில் அமைந்துள்ளது. அவ் வுண்மை பொருளாதார வளங்களின் திறமையான பயனைத் தீர்மானிக்கும் அடிப்படை வழிகாட்டிகளில் ஒன்ருக நிறுவப்பட்டுள்ளது.

ஓரளவு மாருன முறையில் கூறிக் குறைந்து செல் விளைவு விதியின் முக்கியத்துவத்தை மிகவும் நியாயமாக வற்புறுத்தலாம். அதனுல்,

1 குறைந்து செல் விளைவு விதியின் மற்ருெரு நோக்கு என்று அது கூறுகிறது. மற்றவற்றின் அளவை அதிகரிக்காமல் ஏதாவது ஒரு காரணியின் அளவை அதிகரித்தால், அஃது இறுதியாகத் தீங்காக முடியும். அதிகப்படியான தண்ணீர் வெள்ளமாகும். அதிகப்படியான உரம் மண்ணை எரித்துவிடும். அதிகப்படியான துணி கையாள முடியாத சிக்கலாக முடியும். மாறும் காரணிகளின் அதிகரிப்பிற்கான விளைவு குறைவானதைவிட மோசமானதாகும்; அவை எதிர்மறையாக முடியும்.

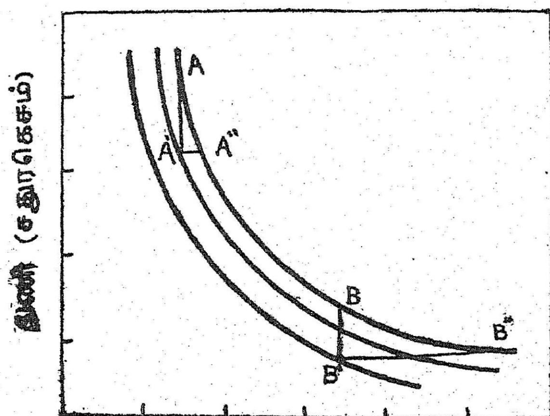
ஒரு முக்கியமான கருத்தை அறிமுகப்படுத்தும் பலன் கிடைக்கும். அக் கருத்துத்தான் ஒரு காரணியின் இறுதிநிலை உற்பத்தியாகும். காரணியின் மேலும் ஓர் அலகை உபயோகிக்கும்பொழுது, இதர எல்லாக் காரணிகளின் அளவும் அதே நிலையில்[1] இருக்கும்போது ஆக்கத்தின் இறுதி நிலை உற்பத்திக் காரணி என்பது உற்பத்தி அதிகரிப்பில் முடிவதாகும்.

இக் கருத்தின் முக்கியத்துவம் என்னவென்றால் இறுதிநிலை உற்பத்திக் காரணி பொருளாதார முடிவுகளுக்கு நேரடியான அதன் பயனை அளவிடுவதாகும். குறிப்பாகக் கூடுதலான மணி உழைப்பின் உபயோகச் செலவு மணிக் கூலியாகும். அந்த மணி நேரத்தைப் பயன் படுத்துவதால் கிடைக்கும் பலன் ஒரு போட்டித் தொழிலில், பொருள் களின் விலை இறுதி உற்பத்தி உழைப்பு (அந்த மனித மணி நேரத்தால் உற்பத்தி செய்யப்பட்ட பொருள்களின் அளவு) நேரமாகும். இறுதி நிலை உற்பத்தி நேரவிலை, மணி நேரக் கூலியைவிட, அதிகமாய் இருந்தால், அதிகமான உழைப்பைச் செலுத்தி லாபத்தை அதிகரிக்க லாம். மிகவும் சுலபமானது. மேலும் மிகவும் முக்கியமானதும்கூட. பின்பகுதியில் அதன் சிக்கல்களைப்பற்றித் தொடரலாம். இப்போது இறுதி நிலைப் பொருள்களைப் பற்றிக் குறைந்துசெல் விளைவு விதி என்ன வற்புறுத்துகிறது என்பதைக் கூறுவோம். ஏதாவதொரு காரணியின் அளவு அதிகப்படுத்தும்போது, அதாவது மற்ற எல்லாக் காரணிகளின் அளவும் நிலையாக இருக்கையில், மாறும் காரணியின் இறுதிநிலை உற்பத்தி குறையும்.

'குறைந்து செல் விளைவு விதி' சரிசம அளவுகள் குவிந்த உருவுடையன என்று நிலை நாட்டவில்லை. ஏனென்றால், மாறும் காரணி உள் பொருள்களின் விளைவுகளில் ஒன்றை மட்டும், கருதுகிறது. ஆனால், அவை அப்படிப்பட்டவை என்ற நம்பிக்கைக்கு ஆதரவளிக் கிறது. எடுத்துக்காட்டில் எந்த ஒன்றும் ஏன் என்பதைக் காட்டும். துணி கத்தரிக்கும் எடுத்துக்காட்டில், சில அளவுக்கான சரிசம அளவின்மேல் ஒரு தேர்வு எடுக்கப்படுகிறது. படம் 4—3-ல் A

[1] இப்படிப்பட்ட விளக்கங்களில் பயன்படுத்தப்படும் மாற்றங்களின் திசை களைப்பற்றி மாணவர்கள் குழப்பமடைகிறார்கள். அகோடு MRS விளக்கத் திலும், குறைவான ஒரு காரணியை உபயோகிக்கும்பொழுது நிகழும் உற்பத்திக் குறைவு ஏன் இறுதிநிலை உற்பத்தியாக இருக்கக் கூடாது? எந்த ஒரு வித்தியாசத் தையும் ஏற்படுத்தாது என்பதுதான் பதில். எந்த நிலையில் மாற்றங்களை எடுத் தாலும் சிறிய மாற்றங்களுக்கு அதே முடிவைத்தான் பெறுவாய். ஆகையால் இவ்வித்தியாசத்திற்கு நமது கவனத்தைச் செலுத்த வேண்டியதில்லை. அந்த நிலையில் எது சாதகமாக இருந்தாலும், இறுதிநிலை உற்பத்தி ஓர் அலகு கூடுவ தால் ஏற்கும் அதிகரிப்பு அல்லது குறைப்பு ஆகியவற்றில் ஒன்றை எடுத்துக் கொள்வோம். MRSக்கும், இறுதி நிலைச் செலவிற்கும் சிறிய மாற்றங்களின் விளைவுகளுக்குச் சம்பந்தப்பட்ட இதர விளக்கங்களுக்கும் அதே கருத்துச் செல்லு படியாகும்.

முனையில் உள்ளதுபோல் இறுதியில் உயர்ந்த உள்பொருள் துணியையும் குறைந்த உழைப்பு உள்பொருளும் இருக்கிறது என்று வைத்துக்கொள்வோம். ஒரு வாரத்திற்குப் பயன்படுத்தப்படும் பணியின் அளவைக் குறைத்தால், உழைப்பின் அளவு அதே நிலையிலிருந்து, குறைந்த அளவு துணியில் அதே அளவு கத்தரிப்பவர்கள் அதே வேலையைத் திறம்படச் செய்யும்படியாகத் தோரணிகளை ஒழுங்கு படுத்தலாம். வார ஆக்கம் குறையும், ஏனென்றால் கத்தரிப்பவர் ஓரளவு தமது பணியை ஆற்ற வேண்டியுள்ளது. ஆனால் அதிகமாகக் குறையாது. ஏனென்றால், மாற்றத்திற்குப் பின்னர்த் துணியின் அளவு முன்னரைப்போல் போதியதாக உள்ளது. இது குறைந்து செல்லவிளைவு விதிக் கேற்றவாறு உள்ளது. கோட்டுப் படத்தின்படி, பயன்படுத்தப்படும் துணியின் குறைப்பு முனை Aக்கு நம்மை நகர்த்துகிறது.



உருவப்படம் 4—3

இரண்டு காரணிகளுக்குமான பதிலீட்டு விளைவு. இறுதி நிலைப் பதிலீட்டு வீத சரிசம அளவின் மேல், மாற்றிக் குவிந்த வடிவமாயிருக்கிறது.

அஃதாவது முனை Aயை விடக் குறைந்த (கீழ்) சரிசம அளவின்மேல், ஆனால் மிகவும் குறைந்தது அன்று.

மூல உற்பத்தி அளவை உழைப்பின் அளவை அதிகரித்துத் திரும்பப்பெற வேண்டுமானால், உழைப்பு நேரத்தில் சிறிய அதிகரிப்புப் போதுமானது. ஏனென்றால், சரிப்படுத்த வேண்டிய குறைவு மிகவும் சிறியது. ஏனென்றால், பணியாற்ற வேண்டிய போதிய துணியுடன்

கூடுதலான கத்தரிப்பவர்கள் மேலும் விரைவாக உழைக்க முடியும். இதுவும் குறைந்து செல் விளைவு விதிக்கேற்றவாறு இருக்கிறது. அப்படிப்பட்ட ஒரு திருப்பம் மூலச் சரிசம அளவின் முனை Aக்குக் கொண்டு செல்கிறது. இரண்டு மாற்றங்களும் சேர்ந்து சரிசம அளவின்மேல் துணிக்காக உழைப்புப் பதிலீட்டை அடக்கியுள்ளது. நாளம் (chord) A-லிருந்து A″க்குச் சரிசம அளவின் சரிவைச் சரியாக்குகிறது; அல்லது இறுதிநிலை வீதப் பதிலீடு உயர்வாகத் தோன்றும்.

முனை B-லிருந்து விலகி அதே இயக்கங்களுடன் இதை வேறு படுத்தி B முனையில் அதிகப்படியான ஓர் உழைப்புச் சரிசம அளவை அடைய வேண்டியிருக்கும். துணியின் அளிப்பு ஏற்கெனவே குறை வாக இருக்கிறது. துணியின் அளவைக் குறைத்து (B-லிருந்து B″ நகர்ந்து) நுட்பமான, மெதுவான கத்தரிப்பு அளவை அதிகரிக்கிறது. அதே நேரத்தில் முன்னர்க் கருதப்பட்ட குறைப்பைக் காட்டிலும் வார உற்பத்தியைக் குறைக்கிறது. A′ முனைக்கும் குறைவான சரிசம அளவின்மேல் B′ அமைகிறது. மூல சரிசம அளவுக்குத் திரும்புதல் (B″ முனையில்) என்பதன் பயனுகப்பெரிய ஓர் அதிகரிப்பை உழைப்புப் பயனில், இரண்டிலுமாக வேண்டுகிறது. ஏனென்றால், உற்பத்தியில் பெரிய ஒரு குறைப்புச் சரிப்படுத்தப்பட வேண்டும். மனித மணியின் உற்பத்தி அந்தச் சரிசம அளவின்மேல் குறைவாக இருக்கும். ஆகையால் நாளம் B, B″ தட்டையாக இருக்கிறது. கீழ்ச் சரிசம அளவுக்கு நகரும்போது அது தட்டையாக மாறுகிறது. வரைந் துள்ளதைப்போல், அல்லது அது குவிந்த உருவாக இருக்கிறது என்ப தைக் குறிக்கிறது.

துணி கத்தரிப்பு நுட்பச் சரிசம அளவுகள் விவரிப்புக் குவிந்துரு வாக இருக்கும் என்பதை இது சுட்டிக் காட்டுகிறது. அதைவிட அதிகமாக ஏதும் கூற முடியாது. ஆனால், துணி கத்தரிப்பில் சரிசம அளவுகளின் வடிவத்தைத் தீர்மானிக்கும் விளைபயன்கள் மற்ற தொழில் நுட்பங்களில் செயல்படும் விளைபயன்களுக்கு ஏற்ற இயல்பு டையனவாய் உள்ளன. முடிவாகச் சரிசம அளவுகள் பெரும்பாலான நிலைகளில் அதே பொது வடிவத்தைப் பெற்றிருக்கும் என்பது நியாய மானதாகும்.

இறுதிநிலை விளைபொருள்களும் காரணி விலைகளும்

இறுதிநிலை விதிப் பதிலீடு இரண்டு காரணிகளுக்கும் தனித்தனியாக இரண்டு காரணிகளின் இறுதி நிதி உற்பத்திகளில் தொடர்புடையன வாய் உள்ளன. இத் தொடர்பைத் திறம்படப் பார்ப்போம். பின்னர், ஓர் ஏதேச்சையான உற்பத்தியை மலிவான முறையில் உற்பத்தி

செய்யவும் மிகவும் லாபகரமான உற்பத்தியைச் செய்வதற்குமான சில புதிய பயனுள்ள சூத்திரங்களைப் பெறப் பயன்படுத்துவோம். இதரக் காரணிகளின் உபயோகம் அதே நிலையில் இருந்து மேலும் கூடுதலான ஓர் அலகைப் பயன்படுத்தினால் உற்பத்தியை அதிகரிக்கும் அளவு, ஒரு காரணியின் இறுதிநிலை உற்பத்தியாக இருக்கும் என்று இப்போது வைத்துக் கொள்வோம். ஓர் அலகுக் காரணி குறைவாகப் பயன்படுத்தப்பட்டால்; இதர உள்பொருள்கள் மாறாமல் அதேநிலை இருந்து உற்பத்தி குறையும் அளவு ஏறக்குறைய அதேபோல் இருக்கும். X காரணி இறுதிநிலை உற்பத்தியை MP_x என்று சுட்டிக் காட்டுவோம்.

இப்போது இரண்டு காரணிகளின் X, Y அளவுகள் பயன்படுத்தப்படுகின்றதென்றும் அவற்றின் அளவுகளின் மாறும் விளைவுகளைக் கருது. Y-யின் அளவு ஓர் அலகு குறைத்தால் உற்பத்தி MP_y ஆகக்குறையும். அங்கே MP_y இறுதிநிலை உற்பத்தி Y ஐக் காட்டுகிறது. u போதிய அளவு சிறியதாக இருந்தால், உற்பத்தி uMP_x அலகுகளாக அதிகரிக்கும். அதனால் Xன் இறுதிநிலை உற்பத்தி மாற்றல் விளைவால் மெச்சத்தக்க வகையில் மாறுது. இவ் விரண்டு மாற்றங்களின் உற்பத்தியின் மேலான நிகர விளைவு,

$$-MP_y + uMP_x \text{ ஆக இருக்கும்.}$$

இறுதியாக u ஐத் தேர்ந்தெடு. அதன் பயனாக உற்பத்தியின் மாற்றம் பூச்சியமாக இருக்கும். நாம்,

$$u = \frac{MP_y}{MP_z} \text{ பெறுகிறோம்.}$$

இதுதான் Yக்கான இறுதிநிலை வீதப் பதிலீட்டு X ஆகும், உற்பத்தியைப் பாதிக்காமல் ஒரு Y அலகை X அலகுகளின் எண்ணிக்கை மாற்றியமைக்க முடியும். இப்படியாக இரண்டு காரணிகளுக்குமான இறுதிநிலை வீதப் பதிலீடு அவற்றின் இறுதிநிலை உற்பத்திகளின் விதமாகும்.

எபபடிப்பட்ட கூட்டுக் காரணிகள் பயன்படுத்தப்பட்டாலும், கணிதப்படி அம் முடிவு உண்மையாகும். செலவு உச்சப்படுத்தும் கூட்டுப் பயன்படுத்தப்படும்பொழுது, MRS விலைகளின் வீதத்திற்குச் சமமாக இருக்குமென்பதை மேலே கண்டோம். இவ் விரண்டு உண்மைகளையும் சேர்த்துச் செலவு உச்சப்படுத்தும் கூட்டுப் பயன்படுத்தப்படும்பொழுது நாம் அதைக் காண்கிறோம்.

$$\frac{MP_y}{MP_x} = \frac{p_y}{p_x} \text{ இரண்டு காரணிகள்}$$

ஆக்கத்திற்காகும். அஃதாவது ஓர் உற்பத்தி அளவு மலிவான முடிந்த வழியில் உற்பத்தி செய்யப்படும்பொழுது பயன்படுத்தப்பட்ட இறுதிநிலை உற்பத்திகளின் காரணிகள் அவற்றின் விலைகளுக்குச் சரிசம அளவாக இருக்கும்.

அடுக்குப் பருமன் எடுத்துக்காட்டில் இம் முடிவைத் தடுக்கலாம். ஆண்டிற்கு 500 அடிச் சட்டங்களை உற்பத்தி செய்யக்கூடிய மலிவான கூட்டு 50 மணிநேர உழைப்பும் 100 சதுர அடி சேமிப்பு முறையு மாகும் என்று நாம் பார்த்தோம். அஃதாவது ஆண்டிற்கு 5 அடுக்கு களை உற்பத்தி செய்ய ஒரு கூடுதலான சதுரஅடிச் சேமிப்புமுறை அடுக்கு அளவு 101 அடிச் சட்டங்களுக்கு உயர்த்த அனுமதிக்கும். உற்பத்தி ஆண்டிற்கு ஐந்து அலகுகளாக அதிகரிக்கப்படவேண்டும் இறுதிநிலை உற்பத்திப் பொருளின் சேமிப்பு இடம் 5 அடிச் சட்டங் களாக இருக்கும். சேமிப்பு இடத்தை அதிகரிக்காமல் பொருத்தப் பட்ட உழைப்பின்பயன் ஒரு மணியாக அதிகரித்தால், அடுக்கு அளவு 100-ல் தங்கிவிடும். ஆனால், அடுக்குகளின் எண்ணிக்கை ஆண்டிற்கு $5\frac{1}{10}$ க்கு அதிகரிக்கப்படும். ஓர் அடுக்கின் பத்தில் ஒன்று அதிகரிப்பு, உற்பத்தியை 10 அடிச் சட்டங்களாக அதிகரிக்கப்படவேண்டும். என்பதாகும். ஆக அதுதான் பொருத்தப்பட்ட உழைப்பின் இறுதி நிலை உற்பத்திப் பொருளாகும். ஆகப் பொருத்தப்பட்ட உழைப்பின் இறுதிநிலை உற்பத்திப்பொருள் சேமிப்பு இடத்தைவிட, இரண்டு மடங்காக இருக்கும். இப்போது பிரச்சினையின் விவரத்தைப் பின் நோக்கினால், நமது வாய்பாடு கூறியதைப்போல் அவற்றின் விலை களின் விகிதாச்சாரம் 5.00 : 2.50 = 2 என்று நிச்சயிப்பாய். ஒரு மலிவான காரணிகளின் தொகுதியைப் பயன்படுத்தும்பொழுது வாணிகர்கள் அடைய முயற்சிக்கும் நிலைமை அது. வாய்பாடு அதைப் பற்றுகிறது.

உற்பத்தி ஓர் அலகாக அதிகரிக்கப்பட்டால், அல்லது இதரச் சிறு அளவை அதிகரிப்பதில் ஏற்படும் உடனடி விளைவு என்னவென் றால், எந்த உள்பொருள் அதிகரிப்பைப்பெறப் பயன்படுத்தப்பட்டது என்பதைப்பற்றிக் கவலைப்படாததாகும். அதிகப்படியான காரணி Xஐப் பயன்படுத்தி உற்பத்தியை ஓர் அலகு அதிகரிப்பதாக எடுத்துக் கொள்வோம். ஒரு கூடுதலான X காரணியின் அலகு உற்பத்தியை MP_x அலகுகளாக அதிகரிக்கும். ஆகையால், ஓர் அலகு உற்பத்தியில் அதிகரிப்பு $1/MP_x$ கூடுதலான காரணி Xன் அலகுகளை வேண்டித் தருவிக்கும். அதிகரிப்பை அடையும் செலவு p_x/MP_x ஆக இருக்கும்.

அதைப்போலவே, உற்பத்தியின் அதிகரிப்பு மற்ற காரணியின் Yஐப் பயன்படுத்துவதன்மூலம் அடையப்பட்டால், செலவு p_x/MP_x

ஆக இருக்கும். ஆனுல், நமது சரிசம வீத அளவான வாய்பாடு இவ் விரண்டு செலவுகளும் அதுவே என்று காட்டுகின்றன. அடுக்கு அளவு பிரச்சினையின் விவரங்களைப் பயன்படுத்தி நீயே அதைச் சரி பார்க்கலாம்.

இந்தக் கண்டு அறிதல் அதிகாரம் 3-ல் செலவுகளின் ஆய்வுடன் இணைகிறது. அங்கு ஒரு பொருளின் இறுதிநிலைச் செலவு ஓர் அலகாக அதன் உற்பத்தி வீதத்தை அதிகரிக்கும் செலவு ஆகும் என்று விளக்கினேம். இப்போது ஒரு பொருளின் இறுதி நிலைச் செலவு p_x/MP_x என்று கண்டோம். அதில் p_x பொருளை உற்பத்தி செய்யப் பயன் படுத்திய ஒரு காரணியின் விலையாகவும் MP_x அக் காரணியின் இறுதி நிலை உற்பத்திப் பொருளாகவும் இருக்கிறது. இக் கணிப்பிற்கு எந்தக் காரணியை உபயோகிக்கிருேம் என்பது முக்கியமில்லை. ஏனென்ருல், விகிதாச்சாரம் எல்லாவற்றிற்கும் அதுவேயாகும் (மிகவும் குறைவான செலவுத் தொகுதியைப் பயன்படுத்தும்பொழுது) எடுத்துக் காட்டாக, காரணி Xஐ உழைப்பாக எடுத்து, 500 உற்பத்தி செய்யப் படும்பொழுது ஒரு மின்மயமான அடிச்சட்டத்தின் இறுதிநிலைச் செலவு $5/10 = 50$ டாலராக இருக்கும்.

இறுதியாக, லாப உச்சப்படுத்தும் பொருள்களை உற்பத்தி செய்யப் படும்பொழுது இறுதிநிலைச் செலவு பொருளின் விலைக்குச் சமமாக இருக்கும் என்பதை கடந்த அதிகாரத்திலிருந்து ஞாபகப்படுத்துவோம். பொருளின் விலை p_o என்று குறித்து அதைப் பின்வருமாறு எழுதலாம்.

$$P_o = \frac{P_x}{MP_x}$$

அல்லது மிகவும் வசதியாக $p_x = p_o MP_x$

வணிகர்கள் நிலைப்படுத்த முயற்சிக்கும் நிலைமை இதுவாக இருப்பதால், ஒவ்வொரு காரணியின் கூலி அல்லது விலையும் பொருளின் விலைக்கு அல்லது அதன் இறுதிநிலைப் பொருளின் மதிப்பின் எண்ணிக் கையின் இறுதிநிலைப் பொருளுக்குச் சமமாக இருக்கும்படியான அளவுகளை வணிகர்கள் உபயோகிப்பார்கள் என்று கூறி முடிப்போம்.

பொருளாதாரத்தில் ஒரு தத்துவம் இதைவிட முக்கியமானதென்று கூற முடியாது. ஏனென்ருல், பொருளாதாரம் ஆராயும் பணிகளில் உழைப்பின் கூலியையும் இதர உற்பத்திக் காரணிகளுக்கான செலுத்தல்களைப்பற்றியும் தீர்மானிப்பதைக் காட்டிலும் முக்கியமான தொன்று இல்லை என்று கூறலாம். அதைப்பற்றி மேலும் கீழே விவாதிப் போம்.

ஆக்கச் செயற்பாடு

இது வரை இந்த அதிகாரத்தில் மூன்று முக்கியக் கருத்துகளைப் பயன்படுத்தியுள்ளோம். சரிசம அளவுகள் இறுதி வீதப் பதிலீடு, இறுதி நிலைப் பொருள்கள் முதலியவை. எல்லாம் உள்பொருள்களின் அளவு களுக்கும் வெளிப்பாடு அளவிற்குமுள்ள பரந்த தொடர்பின் குணங்களை விவரிக்கின்றன. அவற்றை ஒன்றுக்கொன்று தொடர்பு படுத்தலாம். இந்தப் பரந்த தொடர்பின் சந்தர்ப்பத்தில் அவற்றை நினைத்து. ஆக்கச் செயற்பாடு என்பதைச் சுலபமாக ஞாபத்தில்வைக்கலாம், ஒரு நிறுவனத் திற்கான ஆக்கச் செயல்பாடு ஒவ்வொரு முடியுமான உள்பொருள்களின் தொகுதி அளவுகளிலிருந்து அதற்குக் கிடைக்கும் பெரியதொரு வெளிப் பாடு கூறி அதன் நுட்ப விவரங்களைச் சுருக்கலாம்.

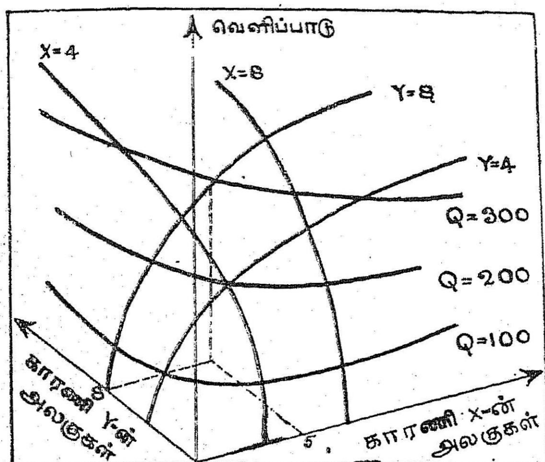
ஓர் ஆக்கச் செயற்பாட்டைப் பல வழிகளில் கூறலாம், அடிக்கடி ஒரு கணித வாய்பாடு அமைப்பை அது பெறுகிறது. அடுக்கு அளவு பிரச்சினையில் ஆக்கச் செயற்பாட்டிற்கான வாய்பாட்டை அறிவது சுலபம். ஆண்டு வெளிப்பாட்டை Q குறிப்பதாக வைத்துக்கொள் வோம். அடுக்கு அளவால், கூறினல் B அல்லது Q = NB, பெருக்கப் பட்ட அடுக்குகளின் எண்ணிக்கைக்கு, N என்பது, Q சமமாகும், ஒவ்வோர் அடுக்கும் 10 மணி நேரம் பொருத்தப்பட்ட உழைப்பை வேண்டுகிறது. ஆகையால் அதை $N = \frac{1}{10} L$ என்று எழுதலாம். மிகப் பெரிய இயைந்த அடுக்கு அளவு சேமிப்பு இடத்திற்குச் சமமாக இருக்கும். ஆகையால் B = S. Nக்கும் Bக்கும் பதிலீடு செய்யும்போது L மணிநேர பொருத்தப்பட்ட உழைப்பு, S சதுர அடி சேமிப்பு

$$Q = \frac{LS}{10}$$

இடத்திற்குமான பெரிய உற்பத்திக்கான ஆக்கச் செயற்பாடு கிடைக்கும். இவ் வாய்பாடு ஒரு சிறிய நுண் கணிதத்துடன் இந்த எடுத்துக்காட்டிற்காக நமக்குக் கிடைத்த எல்லா முடிவுகளையும் தருவிக்க உபயோகப்படுத்தலாம்.

உருப்படம் 4—1ஐப் போன்ற ஒரு சரிசம அளவு வரைபடம் ஆக்கச் செயற்பாட்டை வெளிப்படுத்துவதற்கான மற்றும் ஒரு முறை, ஏனென் ருல் ஒரு ஜதை உள்பொருள் அளவிலிருந்து கிடைக்கும் உச்ச வெளிப் பாட்டைப் பார்த்து அறிந்து கொள்ளலாம். நிச்சயமாக, இம் முறை இரண்டு உற்பத்திக் காரணிகளைக் கணக்கில் எடுத்துக் கொள்ள வேண்டிய அந்த அரிய நிலைகளுக்கு வரையறை செய்யப்பட்டுள்ளது.

இரண்டு உள்பொருள்கள் மட்டும் கருதப்படும்பொழுது மிகவும் தெளிவான ஓர் ஆக்கத்தைக் காட்டும் வழி ஓர் 'ஆக்கமலை'யை வரை



படம் 4—4

இரண்டு காரணிகளுக்கான ஓர் ஆக்கச்செயற்பாடு. ஒரு முனைக்குமேல் 'மலை'யின் உயரம். அந்த முனைக்கான காரணி அளவுகளைப் பயன்படுத்தி அடையக்கூடிய உற்பத்தி மட்டத்தைக் காட்டுகிறது.

வதாகும். இது மூன்று பருமானங்களை வேண்டி நிற்கிறது. இரண்டு உள்பொருள்கள் ஒவ்வொன்றிற்கும் ஒன்றும் வெளிப்பாட்டுக்கு [1] ஒன்றுமாகும். அப்படிப்பட்ட ஒரு ஆக்கமலை உருப்படம் 4—4ல் காட்டப் பட்டுள்ளது. இரண்டு காரணிகளின் அளவுகள் X-ம் Y-ம் படுகிடை யாகக் காட்டப்பட்டுள்ளன. பயனுள உற்பத்தி செங்குத்தாக அளக்கப் பட்டுள்ளது. ஆக, படத்தின் P என்ற முனை ஐந்து அலகுக்காரணி Xஐயும் எட்டு அலகுக் காரணி Yஐயும் பயன்படுத்தப்படும் பொழு துள்ள உற்பத்தியைக் காட்டுகிறது. Y = 8 என்று காட்டப்பட்டுள்ள முழுவளைவு எட்டு அலகுக் காரணி Y பல்வேறு அளவுக்காரணி X உடன் சேர்த்துப் பயன்படுத்துவதன் முடிவைக் காட்டுகிறது. அதைப்போலவே Y = 4, X = 4, X = 8 என்று வளைவுகளும் அர்த்தப் படுத்தப்படுகின்றன. இவ் வளைவுகள் ஆக்க மலையின் மட்டத்தின் மேலுள்ள ஒருவிதமான பின்னல் வேலையாக அமைகிறது. அதன் மூலமாக மலையின் முழுவடிவத்தைப் பார்க்கலாம்.

வரைபடமும் ஒரு சில சரிசம அளவுகளையும் உள்பொருள்களின் தொகுதிகளையும், அவற்றுக்கு உற்பத்தி செய்யப்படும் அளவுகள்

1 இரண்டு உற்பத்திக் காரணிகள் கருதப்படும்பொழுது மட்டும் ஓர் ஆக்க மலை வரையப்படலாம். ஆனால், ஆக்கச் செயற்பாட்டுக் கருத்து எந்தக் காரணி களின் எண்ணிக்கையையும் சூழ்ந்து கொள்கிறது.

அதுவேயாகும் என்பதைக் காட்டுகிறது. Q=100 என்ற வளைவு 100 வெளிப்பாடு அலகுகளை உற்பத்தி செய்யும் காரணிகளின் எல்லாத் தொகுதிகளையும் காட்டுகிறது. அதைப்போலவே Q=200 என்ற வளைவும் இறுதிநிலை உற்பத்தியாகிய X இடமிருந்து வலம் நகரும் போது மலை ஏறுவதால் உண்டாகும் செங்குத்தால் காட்டப்பட்டுள்ளது. அது X அச்சுக்கு இணையாக உள்ளது. அஃதாவது Y=4,Y=8 போன்ற செங்குத்தான வளைவுகளால் காட்டப்படுகிறது. இறுதிநிலை உற்பத்தியாகிய Y அப்படிப்பட்ட செங்குத்தான வளைவுகளாகிய X=4, X=8, ஆல் காட்டப்படுகிறது. நாம் மேலே விவாதித்த குறைந்துசெல் உற்பத்தி நிகழ்ச்சியை அம் மலை காட்டுகிறது. உள் பொருள்களின் அளவுகள், அவை அதிகமாக இருப்பதைக் காட்டிலும் சிறியனவாக இருக்கும்பொழுது அவை செங்குத்தாக இருக்கும்.

சரிசம அளவு வரைபடங்கள் என்பது ஆக்க மலையை மாருக விளக்கும் ஒரு வழியாகும். சரிசம அளவு வரைபடங்கள் திணை நிலத்தின் இயல்புகளைக், குறிப்பாக உயரத்தைக் குறிக்க நில இயலார் களால் பயன்படுத்தப்படும் வரைபடங்களுக்கு ஒத்து இருக்கின்றன. நிலயியலார்கள் செய்வதுபோல் ஒரு மலையின் இரண்டு பருமான குறிப்பைப்போல் சரிசம அளவு வரைபடத்தை நோக்கலாம். அதில் உற்பத்தியின் இரண்டு காரணிகளின் அளவுகள் உயரம், நிரைகோடு களுக்குப் பதிலாகப் புள்ளி வரையப்பட்டுள்ளது. வெளிப்பாட்டின் அளவு உயர இடத்திற்குப் பதிலாகக் குறிக்கப்பட்டுள்ளது. ஓர் ஆக்க மலைக்கொத்த சரிசம அளவு வரைபடம் உருவப்படம் 4—4ஐப் போல் உருவப்படம் 4—5-ல் காட்டப்பட்டுள்ளது. அங்கு 200 அலகு வெளிப்பாடுகளுக்கான சரிசம அளவு காட்டப்பட்டுள்ளது, அதன் பின்னர், 390 அலகுகள்வரை ஒவ்வோர் 10 அலகுகளுக்கான சரிசம அளவும் காட்டப்பட்டுள்ளது. ஒவ்வொரு ஐந்தாவது சரிசம அளவையும் தெளிவுக்காக வற்புறுத்தப்படுகிறது. இச் சரிசம அளவுப் படத்தின் இரண்டு புறமுனைப்பான இயல்புகளில் ஒன்று ஏற்கெனவே விவாதிக்கப்பட்டது, அஃதாவது சரிசம அளவுகள் எல்லாம் குவிந்த உருவுடையன வென்று சரிசம அளவுகள் 'மலை' யின் அடிமட்டத்தை நோக்கி நெருக்கமாக அமைந்துள்ளன வென்பதும் உச்சிக்கு அருகில் சரிவாகத் தூரத்தில் உள்ளன என்பதும் மற்ருெரு குறிப்பிடத்தக்க இயல்பாகும். மண் நூல் சுற்ருய்வுப் படங்களை உபயோகிப்பவர் ஒவ்வொருவரும் நெருக்கமாக அமைந்துள்ள உருவரை கோடுகளும் அவன் செங்குத்தாக ஏறவேண்டும் என்பதையும், பரந்த கோடுகள் எளிதான போக்கையும் சுட்டிக் காட்டுகிறது என்பது அவனுக்குத் தெரியும். ஆக்க 'மலை'யின் மேலுள்ள சரிசம அளவுகளின் விளக்கம் ஒரே மாதிரியாக இருக்கிறது, அதற்கு அடியில் ஏதாவது ஒரு காரணியின் உபயோகத்தில் ஒரு சிறிய அதிகரிப்பு 200 லிருந்து 210

ஆக 10 அலகு உற்பத்தியை அதிகரிக்கும்; அங்கு உற்பத்தி உள் பொருளின் தொடர்பிற்கேற்ப செங்குத்தாக ஏறுகிறது. உச்சியில் ஏதாவது ஒரு காரணியின் ஒரு பெரிய அதிகரிப்பு, 380-லிருந்து 390 வரை அக் கடைசி 10 அலகுகளை அதிகரிக்க வேண்டியிருக்கும். அங்கு உற்பத்திமட்டம் இரு காரணிகளின் உபயோகத்தின் அதிகரிப்பிற் கேற்ப மெதுவாக ஏறுகிறது.

அதற்குத் தொகுவரையான[1] சமச் செலவுக்கோட்டில் வரைவதன் மூலம் ஒரு குறிப்பிட்ட மொத்தச் செலவைத் தீர்மானிப்பதற்கேற்ப இச் சரிசம அளவுகள் ஒவ்வொன்றும் ஒத்துள்ளது. அங்குச் சரிசம அளவுகள் ஒன்றுக்கொன்று நெருக்கமாயுள்ளன. அதற்கு மேல் ஒன்றுக்கும் ஏதாவதொன்றுக்கும் இடையில் மொத்தச்செலவு அதிகரிப் புச் சிறியதாக இருக்கிறது. வெளிப்பாட்டின் மாறு அதிகரிப்புகளுக்காக (10 அலகுகள்) சரிசம அளவுகள் வரையப்பட்டுள்ளமையால், இறுதி நிலைச் செலவுகள் குறைவாக இருக்கும் என்பது அர்த்தமாகிறது, சரி சம அளவுகள் மிகவும் தூரத்தில் இருந்தால் வெளிப்படை 10 அலகு களாக அதிகரிக்க மொத்தச் செலவில் பெரியதொரு அதிகரிப்புத் தேவைப்படுகிறது. இறுதிநிலைச் செலவுகள் உயர்ந்திருக்கும். ஆக, சரிசம அளவுகளின் பரந்துள்ள நிலை உயர்ஆக்க மட்டத்தில் இறுதி நிலைச் செலவுகளின் அதிகரிப்பிற்கான மற்றும் ஒரு விளக்க முறை யாகும்.

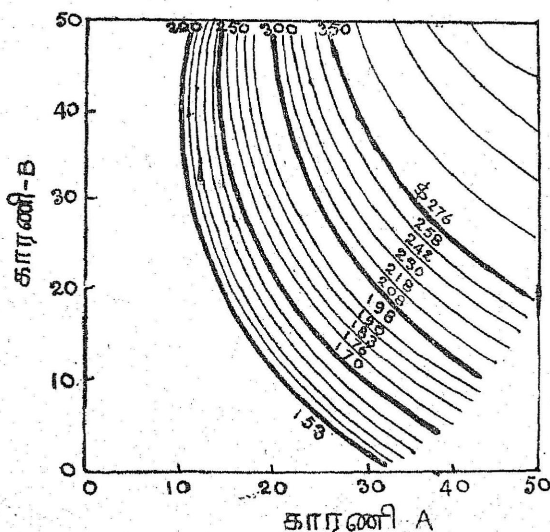
பின்வரும் முறையை எளிதாக்க, உருப்படம் 4—5-ல் அவற்றின்[2] மொத்தச் செலவை அடையச் சரிசம அளவுகளில் சிலவற்றிற்கு அடுத்து எழுதியுள்ளோம். வெளிப்பாடு 200-லிருந்து 250 அலகுகள் அதிகரிப்பு 17 டாலர் செலவாகிறதென்றும் 250-லிருந்து 300 அலகுகளின் அதிகரிப்பு 38 டாலர் செலவாகிறதென்றும் 300 - லிருந்து 350 அதிகரிப்புக்கு 68 டாலர் செலவாகிறதென்றும் கவனி. எதிர்பார்த்தது போல் இறுதிநிலைச் செலவுகள் அதிகரிக்கின்றன. சிறந்த சரிசம அளவுக்கான அல்லது சிறந்த அளவை உற்பத்தி செய்ய உற்பத்திப் பொருள்களின் விலையோடு இறுதிநிலைச் செலவை ஒப்பிட்டுப் பார்க்க வேண்டியுள்ளது. எடுத்துக்காட்டாக, உற்பத்தியின் விலை 70 சென்டு கள் என்று வைத்துக்கொள்வோம். வரைபடத்திலிருந்து 260-லிருந்து 270 அலகுகள் வெளிப்பாட்டில் அதிகரிப்பு 7 டாலர் செலவாகிறது என் பதையும் 2‸0 அலகுகள் உற்பத்தி செய்யப்படும்பொழுது இறுதிநிலைச் செலவு சுமார் 70 சென்டுகளாக இருக்கிறதென்பதையும் கவனி.

1 சமச்செலவுக் கோடுகள் வரைபடம் கலவரம் அற்று இருப்பதற்காக விலக்கப்பட்டுள்ளன.

2 அஃதாவது காரணி A க்கான 5 டாலர் விலையையும் B க்கு 3 டாலர் விலையையும பயன்படுததிறைல் காரணிகளின மலிவான தொகுதியின் செலவாகும்.

அதிகாரம் 3-ல் பார்த்ததற்கேற்ப சிறந்த வெளிப்பாட்டைச் செய்வது 260 அலகுகளாகும் என்பது புலனாகிறது.

ஆக்கச் செயற்பாடு ஒரு கோட்பாட்டுச் சாதனத்தைப் போன்று ஒரு மிகவும் விளக்கமான கருத்தாக இருந்தாலும் வணிகர்கள் செயல் முறையில் முடிவெடுக்கக் கூடிய மதிப்புவாய்ந்ததாக இல்லை. ஒரு சிறிய நிறுவனங்கூட இம் முறையில் அதன் பணியை வசதியாகப் பெற மிகவும் சிக்கலுள்ளதாக இருக்கிறது. ஒன்றை அல்லது இரண்டை



படம் 4—5

ஆக்கச் செயற்பாட்டைக் குறிக்கும் சரிசம அளவு வரைபடம்:
ஒவ்வொரு சரிசம அளவும் ஆக்கமலையின் ஓர் உயர்ந்த உருவரையாகும்.

அல்லது ஆக்கக் காரணியின் ஒரு கையளவைப் பயன்படுத்தக்கூடிய அப்படிப்பட்ட நிறுவனம் ஒன்றும் இல்லை என்றாகிறது. ஆனால், ஓர் உண்மையான நிறுவனத்தில் உள்பாடுகளுக்கும் வெளிப்பாட்டிற்குமுள்ள தொடர்பு அடையாகப் பார்த்தால், மிகவும் சிக்கல் வாய்ந்ததாக இருக்கிறது. நாம் ஆரம்பித்த அடுக்கு அளவுப் பிரச்சினை மின்சார நிறுவனத்தின் ஆக்கச் செயற்பாட்டின் ஒரு மிகச் சிறிய பகுதி மட்டுமே அதைப் போன்ற பிரச்சினைகள் உற்பத்திப் பொருளின் ஒவ்வொரு பகுதியின் கட்டுதலிலும் எழுகிறது. அவை நிறுவனத்தின் நிர்வாகத்திலும் கூட எழுகின்றன. அதனால் பணியிலிருக்கும் நூல் காப்பாளர் எண்ணிக்

கைக்கும் உற்பத்தி செய்யப்படும் அடிச்சட்ட எண்ணிக்கைக்குமுள்ள தொடர்பை யாரால் சொல்லமுடியும்?

செயல் முறையில் ஒரு வணிகன் ஆக்கச் செயற்பாட்டின் துண்டு களையும் சில துணுக்குகளையும்பற்றி மட்டும் அறிகிறான், அவனது தொழிலாளர் மேற்பார்வையாளர்களும் துறை மேலாளர்களும் மற்ற துணுக்குகளையும் துண்டுகளையும் அறிந்துள்ளார்கள். பொதுவாகத் திறமையாக அவர்களின் வளங்களைப் பயன்படுத்தப் போதிய அளவு அறிந்துள்ளார்கள். நமது நோக்கத்திற்கு அது போதுமானது. அஃது அவர்களின் சந்தை விலைகளுக்கான காரணிகளின் பயனைத் தொடர்புபடுத்தும் தத்துவங்களை விளக்கக் கூடியதாக இருக்கிறது.

ஆக்கச் செயற்பாடுகளும் அளிப்பு வளைகோடுகளும்

ஆக்கச் செயற்பாடுகளின் முக்கியமான பொருத்தங்கள் உற்பத்திப் பொருள்களின் அளிப்பு வளைகோடுகளையும் உற்பத்திக் காரணிகளின் தேவை வளைகோடுகளையும் விளக்க உதவுகிறது. தொடரும் பகுதி களின் தலைப்பு இதுவேயாகும்.

ஆக்க அமைப்பில் ஒன்றின் ஆக்கச் செயற்பாடு என்பது, ஒரு தொழில் நுட்ப விவரச் செய்தியாகும். எந்த ஓர் ஆக்கக் காரணியின் தொகுதியின் உபயோகத்தால் எவ்வளவு உற்பத்தி பெறப்படும் என்பதை அது சொல்லுகிறது. ஆனால், பல்வேறுபட்ட காரணிகளின் விலைகள் கொடுக்கப்பட்டு, ஆக்கச் செயற்பாட்டை எந்த ஒரு வெளிப் பாட்டின் அளவையும் மலிவான வழியில் உற்பத்தி செய்ய முடிவு செய்யப் பயன்படுத்தலாம். சரிசம அளவு விளக்கம் இந்த நோக்கத் திற்கு எவ்வாறு பயன்படுத்தப்படுகிறதென்பதைப் பார்த்தோம். மொத்த, சராசரி, இறுதிநிலைச் செலவு வளைகோடுகள் இந்த நுண் கணிப்பின் விளைவுகளாகும் (வணிகர்களால் உள்ளடக்கமாக அல்லது தெளிவாக உண்டாக்கப்பட்டது). ஆதலால் அதைப் போலவே அளிப்பு வளைகோடுமாகும்.

இறுதியாக, ஒரு பொருளின் அளிப்பு வளைகோடு அதன் ஆக்கச் செயற்பாட்டிலிருந்தும் அதன் தொழிலில் உபயோகப்படுத்தப்படும் ஆக்கக் காரணிகளின் விலைகளிலிருந்தும் தருவிக்கப்படுகிறது. சென்ற அதிகாரத்தின் பல செலவு வளைகோடுகள், அடிப்படை உள்ளீடான விவரங்களின் வசதியான சுருக்கங்களைக் காட்டிலும் அதிகமானவை யல்ல. காரணி விலைகளையொத்த உள்ளீடான விவரங்களில் ஒன்று மாறும்போது அவைகளும் மாறுகின்றன. அதைப் போன்ற விளக்கச் சான்றுகளை ஏற்கெனவே பார்த்தோம். ஆனால், இப்போது ஒரு காரணி விலையின் ஒரு மாற்றத்தின் விளைவு செலவு வளைகோடுகள் வெளிப்

படுத்துவதைக் காட்டிலும் மிகவும் சிக்கலானது என்பதைப் பார்க்கலாம்.

அதிகாரம் 2-ல், ஒரு பொருளைப் பயன்படுத்தும் அளிப்பு வளைகோட்டின் ஒரு கச்சாப் பொருளின் விலையின் அதிகரிப்பின் விளைவைப் பற்றிக் கவனித்தோம். ஆனால் அங்குச் சராசரி உற்பத்திச் செலவின் மேல் பொருள்களின் விலையின் அதிகரிப்பு விளைவைப்பற்றி விளக்கமில்லாமல் ஏற்றுக்கொள்ள வேண்டியிருந்தது. இப்போது, ஆக்கம்-செயற்பாடு கருத்தைப் பயன்படுத்தி, செலவு வளைகோடுகளின் விலை அதிகரிப்பின் விளைவைக் கணிக்கமுடியும். ஒன்றையொன்று எதிர்க்கும் இரண்டு பகுதிகளை அது வைத்திருக்கிறது. ஒரு நேரிடையான விளைவும் ஒரு பதிலீடு விளைவுமாகும்.

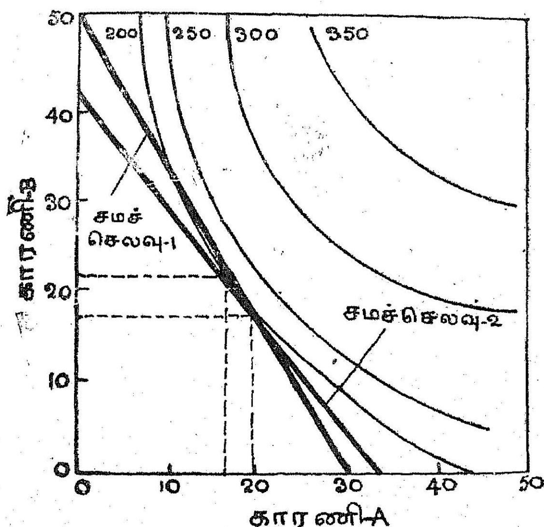
ஒவ்வோர் உற்பத்தி மட்டத்தை உற்பத்தி செய்யப் பயன்படுத்தப்படும் காரணிகளின் தொகுதி விலை அதிகரிப்பின் பயனுகை மாறுவிட்டால், நிகழும் சராசரி செலவின் அதிகரிப்பே நேரிடை விளைவாக இருக்கும். அஃது ஒவ்வோர் உற்பத்தி அலகுக்கும் பயன்படும் கச்சாப் பொருளின் எண்ணிக்கையால் பெருக்கப்பட்ட விலை அதிகரிப்புத் தொகையாகும்.

ஆனால், காரணித் தொகுப்பு மாறும், அது பதிலீடு விளைவிற்குக் காரணமாகும். அதை உருப்படம் 4—6-ல் தெளிவாகப் பார்க்கலாம். அஃது ஒரு குறைவான கலவரமுடைய உருப்படம் 4—5-ன் மறு ஆக்கமேயாகும். சேர்க்கப்பட்டுள்ள சமச் செலவுக் கோடுகள், இரண்டும் 200 அலகுகளுக்கான சரிசம அளவைத்தொடும், காரணி A, ஓர் அலகிற்கு 5 டாலர் செலவாவதற்கும் காரணி B, 3 டாலர் செலவாகும் ஒரு நிலைக்காகவும் வரையப்பட்ட சமச்செலவு 1 ஆகும். அவ் விலையில் 200 அலகுகளுக்கான மலிவான தொகுதி 18 அலகுக் காரணி A ஐயும் 21 அலகுக் காரணி B ஐயும் அடக்கி மொத்தத்தில் 153 டாலர் செலவையும் அடக்கியுள்ளது. அப்படியானல் சராசரி செலவு 76 சென்டுகளாயிருக்கிறது.

காரணி B-ன் விலை 4 டாலருக்கு உயரவேண்டுமானல், அந்த உள்பொருள் தொகுப்பு மொத்தச் செலவு 174 டாலருக்கும் அலகுச் செலவு 87 சென்டுகளுக்கும் அதிகரிக்கும். விலை அதிகரிப்பின் நேரிடையான விளைவு ஓர் அலகிற்கு 11 சென்டுகளாகும்.

ஆனல் காரணி B-க்கான உயர்ந்த விலையில் சமச் செலவுக்கோடு 1 இப்போது பொருந்தாது. சமச் செலவுக்கோடு 2 புதிய விலைகளுக்கேற்றாற்போல் வரையப்பட்டுள்ளது. காரணி A-க்கான 21 அலகு

களுக்கும் காரணி B-யின் 16-க்கும் செலவாகும் 169 டாலர் மலிவான தொகுதியைக் காட்டுகிறது. சராசரி செலவு ஓர் அலகுக்கு 85 சென்டு கள், பதிலீடு விளைவு ஓர் அலகிற்கு 2 சென்டுகள் சேமிப்பைக் கொடுக்கும்.



படம் 4—6

காரணி விலையில் பதிலீடு விளைவு அதிகரிப்பு: காரணி B விலையில் அதிகரிப்பு, அதே வெளிப்பாட்டை அதிகப்படியான A ஐயும் குறைவான B ஐயும் பயன்படுத்தி உற்பத்தி செய்ய நிறுவனத்தைத் தூண்டுகிறது.

பதிலீடு விளைவுக்கானதை அனுமதிக்காமல், அடிக்கடி செய்வதைப் போல், பொருளின் அதிகரிப்பு விளைவை அல்லது காரணி விலைகளைத் திட்டமிடுவது, சில சமயம் குறிப்பிடத்தக்க விதத்தில்,[1] மாற்றத்தின் விளைவை மிகுதியாகக் காட்டும். ஆனால் ஒரு காரணி விலையின் ஒரு மாற்றத்தால் தூண்டப்பட்ட பதிலீட்டின் மிக முக்கியமான விளைவு காரணிகளுக்கான தேவையின் மேலுள்ள அதன் விளைவாகும். அதைப் பற்றி இப்போது கவனிப்போம்.

காரணிகளுக்கான தேவை வளைகோடுகள்

ஓர் உற்பத்திக் காரணிக்கான தேவை வளைகோடு அக் காரணி யின் விலை அல்லது கூலியால் கவரப்படுவதைப்போல் பொருளா

[1] அதைப்போல் ஒரு காரணி விலையின் குறைப்பிற்குச் செயல்படுத்தப் பட்ட எளியமுறை சராசரி செலவுகளின் குறைப்பைக் குறைத்துக் காட்டும். ஏன்?

தாரத்தில் அதில் எவ்வளவு பயன்படுத்தப்பட வேண்டுமென்பதைச் சொல்கிறது. ஒரு சாதாரண நுகர்வோர் பொருளுக்கான தேவை வளைகோடு செயல்படுவதைக் காட்டிலும் மிகவும் சிக்கலான வினாவுக்குப் பதில் அளிக்கிறது. ஒரு சாதாரண பொருளுக்கான தேவை வளைகோடு அதன் விலைமாறினால், பொருளாதாரத்தில் மற்ற எல்லா விலைகளும் மாறாமல் நிலைத்திருக்கும் பொழுது, அதன் நுகர்வு எப்படிப் பாதிக்கப் படுகிறது என்பதைச் சொல்லுகிறது. ஆனால், ஓர் ஆக்கக் காரணியின் நிலையில், அதன் விலை மாறினால் மற்ற எல்லா விலைகளும் மாறாமலிருக்கு மென்று எதிர்பார்ப்பது தகுதியற்றதும் நேர்மையற்றதுமாகும். மிகச் சிறியவற்றில் அக் காரணியுடன் உண்டாக்கப்பட்ட பொருள்களின் விலைகள், காரணியின் விலை மாறினால் நிச்சயமாக மாறும்.

ஓர் உற்பத்திக் காரணியின் விலையின் அதிகரிப்பால் அவசரமாக வரையப்பட்ட வினைவுகளின் தொடர்பு சிக்கலுள்ளதாக இருக்கும். பெரிய எதிரலை பாய்வுகள் இவையாகும்.

அக் காரணியினால் செய்யப்பட்ட பொருள்களின் சராசரி செலவு வளைகோடுகள் மேல் நோக்கிப்பிறழ்கிறது. ஒரு தொகையின் நேரிடை வினைவு என்று அழைக்கப்பட்டது. இறுதிநிலைச் செலவு வளைகோடுகளும் மேல் நோக்கி[1] நகர வாய்ப்புள்ளதாய் இருக்கிறது.

இறுதிநிலைச் செலவு வளைகோடுகளின் மேல்நோக்கிப் பிறழ்தல் (தொகையில் மிஞ்சிய நிலையின்மேல் கருத்தைச் செலுத்தல்) அளிப்பு வளைகோடுகளை அவற்றுடன் எடுத்துச் செல்லும். பின்னர், இப் பொருள்களின் சமநிலை விலை (இறுதிநிலைச் செலவு களின் அதிகரிப்பைவிடக் குறைவாக) உயரும், வாங்கப்பட்ட சமநிலை அளவுகள் விழும்.

அதன் பயனாக, விலை உயர்வைப்பெற்ற காரணிகளின் வேலை (அதே தொழிலின் இதரக் காரணிகளும்) குறையும். விலை உயர்ந்த காரணிகள் அதே தொழிலில் பயன்படுத்தப்பட்ட இதரக் காரணிகளுடன் ஒத்துப் பார்த்தால் மிகவும் செலவுள்ளன வாக இருக்கும்.

இதரக் காரணிகள், ஆரம்பக் காரணியின் வேலையின் குறைப்பைப் பலப்படுத்தி, அதற்காகப் பதிலீடு செய்யப்படும். ஆனால், பதிலீடு செய்யக்கூடிய காரணிகளின் வேலைக் குறைப்பு ஓரளவு சரிப்படுத்தப்படும்.

[1] வாய்ப்புள்ளது என்று ஏன் கூறினோம் என்றால், சில அபூர்வ, இயல்பற்ற உற்பத்திச் செயல்கள் இருக்கின்றன. அதற்கு இது நிகழாது.

இன்னும் மற்ற வினவுகளும்கூட உண்டு. ஆனல், இவைதாம் பெரியவையாகும் நெடுஞ்சாலையில் உள்ளவை சரிக்கட்ட முடியாதவைகளாக, அல்லது அவற்றின் வினவுகளைப் பெரியனவாக மாற்றுகின்றன.

நிலக் கீலார்ந்த நிலக்கரித் தொழிலின் துன்பங்கள் வினவுண்டாக்கும் தொடரைப் பொதுவான முறையில் விளக்குகிறது. 1930-ல் தொழிற் சங்கத்தின் நடவடிக்கையால் சுரங்கத் தொழிலாளிகளின் கூலி உயர்த்தப்பட்டபொழுது, அவர்களுடன் நிலக்கரியின் விலையையும் எடுத்துச் சென்ருர்கள். மின்சாரச் சக்தி உற்பத்திக்காகக் குறைவான நிலக்கரி உபயோகத்திற்கும், நிலக்கரிச் சுரங்கத்தைப் பெருவாரியாக இயந்திரமயமாக்கப்படுவதற்கும் காரணமாய் இருந்த சூழ்நிலைகளில் ஒன்று இதுதான். இந்த இரு போக்குகளும் நிலக்கரித் தொழில் வேலை வாய்ப்பைப் பேரளவு குறைத்தது.

உற்பத்திக் காரணங்களுக்கான தேவை வளைகோடுகள் ஒரு சிக்கலான நோக்கங்களின் வரிசையால் உருவாக்கப்படுகின்றமையால், பொருள்களுக்கான தேவை வளைகோடுகள் ஆக்கச் செயற்பாடுகளால் அனுமதிக்கப்பட்ட பதிலீடு அளவு, பதிலீடு செய்ய முடியுமான காரணிகளின் அளிப்பு வளைகோடுகள் ஆகியவை தெளிவாக அவற்றைக் குறித்துக் கூறுவது தகுதியானதன்று. முன்னர்ப் பார்த்தபடி ஒரு காரணியின் விலை அதிகரிப்புத் தேவையின் அளவைக் குறைக்கும் என்பது தெளிவாகிறது. காரணியின் விலை என்னவாக இருந்தாலும், அந்த விலைக்கு அதன் இறுதிநிலை உற்பத்தியின் மதிப்புச் சமமாக இருக்கும் நிலை வரையில் தேவைப்படும் அளவு இருக்கும் என்பதை நாம் தெரிந்துள்ளோம். காரணி விலை மாறும்பொழுது பல விவரங்களைச் சார்ந்திருக்கும் இறுதிநிலை உற்பத்தி மாறும் என்ற சூழ்நிலையிலிருந்து கடுஞ் சிக்கல்கள் எழுகின்றன.

தேவை வளைகோடு மட்டும் சமநிலை விலை அல்லது காரணியின் கூலி அல்லது பொருளாதாரத்தில் பயன்படுத்தப்படும் தொகையைத் தீர்மானிப்பதில்லை. ஆனல் அதன் சொந்தக் கணிப்பில் பயனுள்ளது. எடுத்துக்காட்டாகத் 'தொழிற்சங்கங்கள் கூலியை உயர்த்த முடியுமா என்ற வினவின் மேல் நல்ல ஓர் எண்ணத்தைக் கொடுக்கிறது. ஓர் அர்த்தத்தில், அவற்ருல் முடியும் என்னலாம். உருப்படம் 4—6-ல் காரணி B, ஓர் ஒருமித்த கை வினையாக இருந்தால், ஒரு மணிக்கான கூலியை 3-லிருந்து 4 டாலருக்கு ஏற்றக்கூடிய ஓர் ஒப்பந்தத்தை ஒரு போதிய அளவு பலத்த சங்கம் வற்புறுத்தும். ஆனல், அஃது அப்படிச் செய்தால், 3 டாலர் கூலியை ஒத்த வேலை மட்டத்தில் இக் கைவினையின் இறுதி நிலை உற்பத்தியின் மதிப்பு நடப்புக் கூலியை

விடக் குறைவாக இருக்கும். இந்த ஒன்றுக்காக இதரக் காரணிகள் பதிலீடு செய்யப்படும். ஏனென்ருல், கூலி உயர்வு பொருளின் இறுதி நிலைச் செலவை உயர்த்தக்கூடியதாயிருக்கும். உற்பத்தி மட்டம் குறைய நேரிடும். இவ்விரு காரணங்களால், கைவினையின் அங்கத்தினர்கள் வேலையிலிருந்து நீக்கப்படுவார்கள். அதே நேரத்தில் கூலி உயர்வு, எதாவது இருந்தால், கைவினையில் வேலை பார்க்க விரும்பும் ஆட்களின் எண்ணிக்கை அதிகரிக்கும். இறுதி நிலை உற்பத்திக் குறைவாகச் செய்யும் தொழிலாளிகளை வைத்துக்கொள்ள முதலாளிகளை அஃது இணங்க வைக்காவிட்டால் (ஆக மிக எளிய செயலாக்கிவிடும் Feather bedding விதிகள்), தொழில் வேலை விரும்பும் சங்க அங்கத்தினரல்லாதவரை ஒதுக்காவிட்டால் (பயிற்சி விதிகள், கடை மூடு ஒப்பந்தங்கள் முதலிய முறைகள்) சங்கம் உயர்ந்த கூலியை நிலை நாட்டக்கூடிய துன்பத்தைப்பெறும். வேலையை விரும்பும் எல்லாரையும் வேலையில் அமர்த்த வேண்டுமானுல், கைவினையின் இறுதி நிலை உற்பத்தியின் மதிப்பைவிட ஓர் உயர்ந்த கூலியை நிலைநாட்ட வேண்டுமானுல் பலத்த எதிர்ப்புகள் எதிர்த்து நிலை நிறுத்தப்படவேண்டும்.

பொதுவாகக் கூறினுல், ஒரு காரணியின் விலை அதிகரிப்பு, ஒரு தொடர்பான விளைவுகளை ஆரம்பிக்கின்றன. அவை எல்லாம் அக் காரணியின் வேலையைக் குறைக்க ஏதுவாக இருக்கின்றன. அவற்றுக் கேற்ருற்போல் காரணியின் அளிப்புக் குறைக்கப்படாவிட்டால் உயர்ந்த விலை நிலவ நேரிடாது.

சமூகப் பாதிப்புகள்

மிதக் குறைந்த செலவில் மிக லாபகரமான உற்பத்தி அளவை உற்பத்தி செய்ய முயற்சிக்கும் வணிகர்களின் நோக்கு நிலையிலிருந்து, உற்பத்திக் காரணிகளுக்கான தேவைக்கான இம் முயற்சியின் விளைவுகளின்மீதும் இவ் வதிகாரத்தின் எல்லா விவாதங்களும் இருந்தன. இம் முயற்சிகள் போட்டித் தொழிலில் காரணி விலைகள், பொருளின் விலைகள், இறுதி நிலைப் பொருள்கள் முதலியவற்றின் தொடர்பின் பக்கமாக வணிகர்களை இழுத்துச் செல்லுகிறது.

$$p_x = p_o MP_x$$

வார்த்தைகளில் அவர்களின் சொந்த ஆர்வங்களால் தூண்டப்பட்டுப் போட்டியாளர்களால் நெருக்கப்பட்டு, ஒவ்வொரு காரணியின் அலகால் உற்பத்தி செய்யப்பட்ட வெளிப்பாட்டின் மதிப்பு அக் காரணியின் கூலி அல்லது மற்ற வெகுமானத்திற்குச் சமமாக இருக்கும் படியான அளவுகளையும் விகிதாச்சாரக் காரணிகளையும் வணிகர்கள் பயன்படுத்த முயலுவார்கள். இம் முடிவை பெறும்பொருட்டு

வணிகர்கள் ஆக்க செயற்பாடுகளின் அறிவை ஒன்றுபடுத்துவார்கள், அவர்களின் ஆக்கச் செயற்பாடுகள் MP_x-ல் அடங்கியுள்ளதும், p_x-ல் அடங்கியுள்ள (முதலாளிக் காரணிகளுக்காக செலுத்த வேண்டியதை அது தீர்மானிக்கிற தென்பதாகும்) உற்பத்திக்காரணிகளின் சமூக மதிப்புகள் முதலியவை, p_o-ல் அடங்கியுள்ள வாங்குபவர்களின் விருப்பத்திற்கான பொருள்கள் போன்றவையாகும்.

வணிகர்கள் அதைச் சாதிக்கும் பொழுது ஒரு காரணியை ஒரு தொழிலிலிருந்து மற்றொன்றுக்கு மாற்ற முடியாது. அங்குத் தியாகம் செய்யப்பட்ட ஒருவெளிப்பாட்டைக் காட்டிலும் நுகர்வோர் அதிகமாய் விரும்பும் ஓர் உற்பத்தியை அது உற்பத்தி செய்யும். அதன் பின்னர் காரணிகள் சமூக நோக்கு நிலையில் பார்த்தால் பல தொழில்களுக்குத் திறமையாகப் பிரித்தளிக்கப்படும். இந்த நுணுக்கத்தின் யுகத்தன்மை என்னவென்றால், வணிகர்கள் தெரியவேண்டுவது அவர்களின் சொந்த ஆக்கச் செயற்பாடுகளும் அவர்களுக்குப் பொருந்தும் விலைகளுமாகும்.

ஆக்கக் காரணிகளின் சொந்தக்காரர்களின் வெகுமதிகள் இப்பங்கீடு முறையின் ஒரு பக்க விளைவு ஆகும், விளைவுகள் விளையாட்டுத்தனமானதாக இருக்கும். ஒரு மனிதனது வருமானம் ஒரு சில வழிகளில் இணைந்து நிறைவாக்காவிட்டால், ஒரு தரமற்ற காரணியிலிருந்து ஊதியம் பெறும் குறைந்த மதிப்புடைய பொருளை உற்பத்தி செய்யப்படுத்தப்பட்டால் அவன் மிகவும் துன்பப்படவேண்டியிருக்கும். குறைந்த மதிப்புடைய ஆக்கக் காரணிகளின் சொந்தக்காரர்களுக்குப் போதிய சரியீடு செய்தல் என்பது தீர்வுமுறையாகும் என்பது அபாயமான பிரச்சினைகளை உண்டுபண்ணும். அது போதிய அளவு சரியீடு செய்யப்படாத காரணிகளினால் உண்டாக்கப்பட்ட பொருள்களை நுகர்வோரின்மேல் ஒரு மறைந்துள்ள வரி எனப்படும். மாறாகக் கூறினால், தகுதியற்ற சரியீடு அப் பொருள்களின் நுகர்வின்மேல் காரணி சொந்தக்காரர்களிடமிருந்து கொடூரமாகப் பிடுங்கப்பட்ட மறைந்துள்ள மானியம் எனலாம்.

காரணி செலுத்தலுக்கான செயற்கையான ஒரு செயல் உதவி செய்ய விரும்பிய அதே காரணிகளின் வேலைக் குறைப்பில் போய் முடியும். ஒரு சரியான சரிப்படுத்தல் என்பது, அதே பொருளாதாரத்தை அப்படியே வைத்து, அவர்களின் வளங்களின் மதிப்பிற்கும் தனிப்பட்டவர்களின் வருமானத்திற்கும் இடையிலுள்ள முடிச்சைத் தளர்த்துவதாகும். அதைப்பற்றி இறுதி அதிகாரத்தில் மேலும் அறியலாம்.

சுருக்கம்

இவ் வதிகாரத்தின் செயல்நோக்கக் கருத்து என்னவென்றால், வணிகர்கள் அந்த உற்பத்தியைப் பெறவேண்டிய காரணிகளின் தொகுப்பைத் தேர்ந்தெடுப்பதன்மூலம் விரும்பும் ஓர் உற்பத்தியின் செலவைத் தீர்மானிக்கிறார்கள். அவர்களின் தேர்ச்சி வரிசையை ஒரு சரிசம அளவு விளக்குகிறது. அது குறிப்பிட்ட உற்பத்தி அளவை உற்பத்தி செய்ய வேண்டிய பல்வேறு ஆக்கக் காரணிகளின் அளவுகளின் தொகுதியைக் காட்டுகிறது. பொதுவாக, சரிசம அளவு ஆக்கக் காரணிகளின் எந்த ஓர் எண்ணிக்கைக்கும் பொருத்தமுடியும். ஆனால், கோட்டுப்படமாக இரண்டு காரணிகளுக்கு மட்டும்தான் காட்ட முடியும். அதில் நமது கவனத்தைச் செலுத்தினோம்.

சரிசம அளவுகளைச் சரிசமச் செலவுக் கோடுகளுடன் ஒப்பிட்டுப் பார்க்க முடியும். அஃது ஒரு மாறா மொத்தச்செலவைப் பெறக்கூடிய பல்வேறு ஆக்கக் காரணிகளின் அளவுகளைக் குறிக்கும். ஒரு கொடுக்கப்பட்ட உற்பத்திக்கான மலிவான காரணித் தொகுப்பு என்பது அந்த உற்பத்திக்கான சரிசம அளவு தொடும் முனைக்கு ஒப்பானதாக இருக்கும். மேலும் குறைந்த அளவு சமச்செலவுக் கோட்டுக்குத் தொடுவரையாகவும் இருக்கும்.

சமச் செலவுக்கோடுகளின் சரிவுகள் ஆக்கக் காரணிகளின் விகிதாச்சார விலைகளைப் பிரதிபலிக்கும். ஒரு முனையின் சரிசம அளவின் சரிவு காரணிகளின் இறுதிநிலை விகிதாச்சாரப் பதிலீட்டைக் குறிக்கும். அஃதாவது, உற்பத்தி அதே நிலையில் இருக்க, ஓர் அலகின் இழப்பைச் சரியீடு செய்யவேண்டிய அலகுகளின் எண்ணிக்கையாகும். ஓர் உற்பத்தியை அடைய மலிவான தொகுப்புக் காரணியை உபயோகிக்கும்பொழுது, ஒரு ஜதை காரணிகளுக்கிடையான இறுதிநிலைப் பதிலீட்டு அளவு அவற்றின் விலை விகிதாச்சாரத்திற்குச் சமமாக இருக்கும்.

மற்றவற்றின் விலைகளுக்கான ஒரு காரணியின் விலை அதே விகிதாச்சாரத்தில் ஏறும்பொழுது ஓர் உற்பத்திக்கான குறைந்த செலவுத் தொகுதி மாறும். முன்னுள்ள குறைந்த தொகுதியைக் காட்டிலும் விலையுள்ள காரணிகள் குறைவாக மற்றவற்றிற்காகப் பயன்படுத்தப்படும்.

சரிசம அளவுப் படம், அஃதாவது பல்வேறு அளவு ஆக்கத்திற்கான சரிசம அளவுகளைக்காட்டும் வரைபடம் செலவுவளைகோடுகளிலும் அளிப்புவளைகோடுகளிலும் அமைந்து கிடக்கும் அடிப்படைச் செய்தியாகும். அதை மிகவும் லாபகரமான உற்பத்தி அளவையும், அதேபோல் அந்த உற்பத்திக்கான குறைவான செலவுமுறைக்கும்

பயன்படுத்தலாம். இரண்டு ஆக்கக் காரணிகள் மட்டும் கருதப்படும் பொழுது, ஆக்கச் செயற்பாட்டு முறையைக் காட்டும் ஒரு சுலபமான ஒன்றே சரிசம அளவு வரைபடமாகும். ஆக்கச் செயற்பாடு ஆக்கத்தைப்பற்றிய எல்லா நுணுக்க விவரத்தையும் ஒன்று சேர்க்கிறது. அஃது உள்பாடு அளவுகளின் ஒவ்வொரு முடிந்த தொகுதியின் பயன்பாட்டினால் அடையப்படும் பெரியதொரு உற்பத்தி அளவைக் காட்டுகிறது.

ஒரு காரணியின் இறுதிநிலை உற்பத்தி என்பது, மற்ற காரணி அளவுகள் அதே நிலையில் இருக்க அக் காரணியின் மற்றும் ஓர் அலகைப் பயன்படுத்தும்பொழுது கிடைக்கும் உற்பத்தி அதிகரிப்பாகும். காரணிகளின் குறைவான செலவுத் தொகுதியைப் பயன்படுத்தும்பொழுது, இறுதிநிலைச் செலவு உற்பத்தி அக் காரணியின் இறுதிநிலை உற்பத்திக்கான ஒரு காரணியின் விலை விகிதாச்சாரத்திற்குச் சமமாக இருக்கும். இவ் விகிதாச்சாரம் எல்லாக் காரணிகளுக்கும் அதுவாகவே இருக்கும். அஃது ஏனென்றால், வெளிப்பாட்டின் ஒரு கூடுதலான அலகை உற்பத்தி செய்ய வேண்டிய ஒரு காரணியின் அலகுகளின் எண்ணிக்கை என்பது மற்ற காரணிகளின் அளவுகள் மாறாமல் இருக்க, இறுதிநிலை உற்பத்தியின் எதிரிடையாகும். காரணியின் விலையால் வேண்டிய காரணி அலகுகளின் எண்ணிக்கையைப் பெருக்கினால், இறுதிநிலைச் செலவைப் பெறலாம். வெளிப்பாட்டில் ஒரு சிறிய அதிகரிப்பின் செலவு, ஆரம்பமுனை குறைவான செலவுத் தொகுதியாக இருந்தால், அதைப்பெற எந்தக் காரணிகள் மாறினாலும் அதுவாகவே இருக்கும்.

மலிவான முறையில் ஒரு நிறுவனம் மிகவும் லாபகரமான வெளிப்பாட்டை உற்பத்தி செய்யும் பொழுது, இன்னும் அதிகமாகக் கூறலாம். அப்படிபட்ட சூழ்நிலைகளில் இறுதி நிலைச்செலவு விலைக்குச் சமமாக இருந்தால், ஒரு டாலர் பெறுமான ஒரு காரணி 'ஒரு டாலர் பெருமான வெளிப்படை உற்பத்தி செய்யும் என்பதை நிச்சயிக்கலாம்.

காரணிகளின் இறுதிநிலை உற்பத்திப் பொருள்கள் அவற்றுக்கான தேவை வளைகோடுகளின் அடித்தளமாகும். காரணியின் விலை மாறினால் ஆட்கொள்ளப்பட்ட அளவும் மாறும். அதனால் அதைப் பயன்படுத்தும் ஒவ்வொரு நிறுவனத்திலும் ஒவ்வொரு டாலர் பெருமான காரணி ஒரு டாலர் பெருமானப் பொருளை உற்பத்தி செய்யும். கவர்ச்சியாகக் கூறினால், இறுதி நிலைப்பொருளின் மதிப்புக் காரணி விலையிடும் இறுதிநிலை உற்பத்திக் கோட்பாட்டின் அடிப்படையாகும். அஃது ஒரு முழுமையான விளக்கத்தை அளிக்காவிட்டாலும் கூலியையும் இதரக் காரணி விலைகளையும் புரிந்துகொள்ள உதவுகிறது.

'குறைந்து செல் விளைவு விதி' சரிசம அளவுகளின் உருவத்தையும் சரிசம அளவுப் படத்தையும் நியாயப்படுத்த உதவுகிறது. ஒரு காரணியின் இறுதி நிலை உற்பத்தி அதனுடன் ஒத்துழைக்கும் காரணிகள் அதே விகிதாச்சாரத்தில் பயன்படுத்தப்படும்பொழுது குறைய ஏதுவாக இருக்கும் என்பதை வற்புறுத்துகிறது. உற்பத்தி அதிகரிப்புடன் குறுங்காலச் செலவுகளின் உயர்வின் நிலை நமது விளக்கத்தின் ஒரு பொது இயல்பாக இருக்கிறது. சரிசம அளவுகளின் புறக்குவிவு பொதுவாக இதே தத்துவத்தின் ஒரு விளைவாகும்.

இச் சுருக்கம் முழுவதும், இவ் வதிகாரம் முழுவதும் சில சொல் சார்ந்த சுருக்கெழுத்தில் மூழ்கியிருந்தோம். எடுத்துக்காட்டாக, ஒரு காரணியின் விலை அதன் இறுதிநிலை உற்பத்தியின் மதிப்பிற்குச் சமமாக இருக்கும் என்பதை நிலையாக எடுத்துக் கூறினேம். உண்மை என்னவென்றால், இதுவும் இதைப் போன்ற வற்புறுத்தல்களும் ஒரு சில வரையறைசெய்யப்பட்ட சூழ்நிலைகளுக்குப் பொருத்தமாகின்றன. இருந்தாலும் போட்டிச் சந்தைகள் அதை நிச்சயிக்க ஏதுவாக இருக்கும் சூழ்நிலைகளை அது வற்புறுத்துகிறது. இந்த எல்லா அறிவிப்புகளும், உண்மையில் சமநிலை நிலமைகளின் அறிவிப்புகளாகும் (அஃதாவது, நிறுவனங்கள் அவர்களின் வாடிக்கையாளர்கள், மேலும் அவர்களின் அளிப்பாளர்கள் சூழ்நிலை மாற்றங்களுக்கேற்ப சரிபடுத்தக்கூடிய காலத்தைப் பெறுவார்கள் என்ற நிலமைகளைக் குறிக்கும்). நமது வற்புறுத்தல்களின் உண்மையான நிலையிலிருந்து இஃது ஒருவாறு குறைவுபடுத்துகிறது. ஆனல் அவற்றின் முக்கியத்துவத்தை அது குறைக்காது.

அறிமுகப்படுத்தப்பட்ட முக்கிய கருத்துகள்

சரிசம அளவு: ஒரு கொடுக்கபட்ட உற்பத்தியளவை உற்பத்தி செய்யப் போதிய ஆக்கக் காரணிகள் எல்லாத் தொகுதிகளினுடைய அளவுகளின் ஒரு தனிக் குறிப்பீட்டு வழக்கமான கோட்டுப்படமாடும்.

சமச் செலவுக்கோடு: மொத்தத்தில் ஒரு கொடுக்கப்பட்ட அளவின் ஆக்கக் காரணிகளின் எல்லாத் தொகுதிகளினுடைய அளவுகளின் ஒரு தனிக் குறிப்பீடாகும்.

இறுதிநிலைப் பதிலீட்டு வீதம்: காரணி Y க்கான இறுதிநிலைப் பதிலீட்டு வீதக்காரணி X, குறிக்கப்பட்ட MRS (X : Y), உற்பத்தி அளவு மாருமலிருக்கவிட்டு, ஒரு காரணியின் அலகை ஒதுக்கப் பயன் படுத்தப்படும் X காரணி அலகுகளின் எண்ணிக்கையாகும்.

இறுதிநிலை உற்பத்தி: MP_x என்று குறிக்கப்பட்ட X காரணியின் இறுதிநிலை உற்பத்தி என்பது X-ன் கூடுதலான ஓர் அலகை உபயோகிப்பதனால், இதரக் காரணிகளின் அளவுகள் அதே நிலையில் இருக்க, நிகழும் உற்பத்தி அளவின் அதிகரிப்பாகும்.

ஆக்கச்செயற்பாடு: ஒரு கொடுக்கப்பட்ட உள்ளீடுகளின் அளவுகளுடன் பேரளவு உற்பத்தியைச் செய்யும் ஒரு தனிக் குறிப்பீடு. அஃது ஆக்க முறைகளைப் பற்றிய எல்லாத் தொழில் நுட்பச் செய்திகளை வெளியிட்டுரைக்கிறது. நிலையான, கிடைக்கும் நுணுக்கம் பயன்படுத்தப்படுகிறதென்பதையும் நிறுவனத்தின் நிர்வாகம் ஒரு சிறந்த, சாதரண அளவான திறமையில் இயங்குகிறதென்பதையும் அஃது ஊகிக்கிறது.

5. தேவை வளைகோடுகளுக்குப் பின்னால்

கடந்த சில அதிகாரங்கள், ஒரு பொருளின் அளப்பைத் தீர்மானிக்கும் நோக்கங்களை விளக்கிக் காட்டின. அஃதாவது ஒரு சந்தை விலைக்கேற்ப உற்பத்தி செய்யப்பட்டு அளிக்கப்படும் அளவைப் பற்றிக் கூறிவந்தன. உற்பத்தியின் முக்கிய நோக்கம் நுகர்வோர்களின் விருப்பங்களைப் பூர்த்தி செய்வதுதான் என்பதை நாம் மறக்கக்கூடாது. இப்போது தேவையைப் பற்றி ஆராய்வோம். அது நுகர்வோர் களுடைய விருப்பங்களையும் அவற்றை விளக்கும் சந்தையின் இடத்தையும் அதன் மூலம் உற்பத்தியாளர்களுக்குத் தெரியக்கூடிய நுணுக்கமாகும். தேவை வளைகோட்டின் முக்கியத்துவம் என்ன வென்றால், இதரப் பொருள்களுடன் தொடர்புபடுத்தி நுகர்வோர்கள் எவ்வாறு ஒவ்வொரு பொருளையும் விரும்புகிறார்கள் என்பதை உற்பத்தி யாளர்களுக்குக் கூறுகிறது.

சந்தைகளற்ற பொருள்களையும் பணிகளையும் பற்றித் தீர்மானிக்கும் மக்களின் ஊகங்களை நினைத்தால், இச் செய்தியின் கருத்து வெளிப் படையாகிறது. நமது பொருளாதாரத்தில் பல சந்தைப் பொருள்கள் இருக்கின்றன. அவற்றில் பல விலையில்லாமல் அல்லது ஒரு குறைந்த விலையில் அரசாங்கத்தால் கொடுக்கப்படுகின்றன. தண்ணீர் அசுத் தத்திற்கான வழி முறைகள் மிகவும் நூதனமானவையாகும். அவை மிகவும் செலவுள்ளவை. வழக்கமாக அவை மாநிலம் அல்லது உள்துறை அரசாங்கங்களால் கொடுக்கப்படுகின்றன. தண்ணீர்ச் சுத்தி முறைக்கு எவ்வளவு செலவிடப்படவேண்டும் என்ற முடிவை எடுக்கும்பொழுது, நகர மேற்பார்வையாளர்களும் இதர அலுவலர் களும் சொந்தக் கருத்தைப் பயன்படுத்துவதோடு மற்றவர்களோடும் கலந்து தீர்மானிக்கிறார்கள். பொதுச் செலவு அதிகமாக இருந் தால், பொது மக்களிடம் கலந்து ஆலோசிப்பார்கள். இவற்றி லிருந்து நகரத்திலுள்ள உற்பத்தியாளர்கள், ஒரு சாதாரணச் செலவு

போதுமானது என்றும், அவ்வளவுதான் நகரம் தாங்க முடியும் என்றும் அறிந்து கொள்வார்கள். அதே சமயத்தில் பொழுதுபோக்கு மீன் பிடிப்பவர்களும், அடு பன் சங்க அங்கத்தினர்களும் மிகப் பெரிய செலவுள்ள தரமான தண்ணீர்ச் சுத்தி முறையை ஆதரிப்பார்கள். ஆனால், மொத்தத்தில் எவ்வளவு மக்கள் தண்ணீரின் தரத்தை விருத்தி செய்வதற்கான ஒரு பணத்தைக் கொடுக்க விரும்புவார்கள் என்பதை அறிய பொறுப்புள்ள அலுவலர்களுக்கு வழி முறைகள் கிடைப்பதில்லை. செலவிடப்படும் தொகையைத் தீர்மானிக்க வேண்டியுள்ளது. மேலும் கூன்களையும் சொல்லணிகளையும் தவிர வேறு ஒன்றும் கிடைப்பதில்லை. உண்மையில் வழக்கமாக எடுக்கப்படும் இம் முடிவுகள், மக்கள் தண்ணீர் அபிவிருத்திக்குச் செலவு செய்ய விரும்புவதற்கேற்ப இருக்கும் என்று நினைப்பது அர்த்தமற்றதாகும். அரசியல்வாதிகள் மக்களின் விருப்பத்தைப் புறக்கணிக்கிறார்கள் என்று கூற முடியாது. ஒரு சந்தையும் ஒரு தேவை வளைகோடும் இல்லாமலிருப்பதனால், அவர்களுக்குச் சிறந்தமுறை கிடைப்பதில்லை. ஒரு சந்தையும் ஒரு தேவை வளைகோடும் அசுத்தம் எப்படி பாதிக்கிறதென்பதை ஒவ்வொரு வரி கொடுப்போனும் நியாயமாகக் கூற உதவியாக இருக்கும். பொருளாதாரச் சந்தையின் சிறப்பான நன்மை இங்கே இருக்கிறது. பொருளாதாரச் சந்தையின் நுழையும் ஒவ்வொரு பொருளையும் பணியும் உற்பத்தி செய்ய எவ்வளவு செலவிடப்படவேண்டும் என்பதை நிச்சயிக்க நுகர்வோர்கள் கொடுக்கும் டாலர்கள் அதற்கு வழி செய்கின்றன. இச் செய்தியை எப்படித் தேவை வளைகோடுகள் வெளிப்படுத்துகின்றன என்பதை இப்போது விளக்குவோம்.

வாங்குபவர்கள் வாங்கத் தேர்ந்தெடுக்கும் அளவுதான் ஒரு பொருளுக்கான தேவையாகும். இறுதியாக அது நுகர்வோர்கள் எம்படித் தீர்மானிக்கிறார்கள் என்பதையும், எல்லா நோக்கங்களையும், பழக்கங்களையும், அமைப்புமுறைகளையும், மேலும் வாங்கும் தீர்மானங்களைப் பாதிக்கும் இதரச் செல்வாக்குகளையும் சார்ந்துள்ளது. ஒரு நுகர்வோர் என்ன வாங்கத் தீர்மானிக்கிறார் என்பது மிகவும் சிக்கலான ஒன்றாகும். அதற்கு முழு விளக்கமளிக்க உளநூல் அறிஞர்களின், சமூக அறிஞர்கள், மற்ற அறிஞர்களின் அறிக்கைகள் தேவைப்படுகின்றன. பொருளியல் அறிஞர்கள், எப்படியிருந்த போதிலும், வாங்கும் முடிவுகளை அவற்றின் செழிப்பிலும் சிக்கலிலும் விளக்குவது பொருளற்றதாக இருக்கும். அவர்கள் வேறு ஒரு முறையை ஆட்கொள்கிறார்கள். அவற்றைப் பற்றிக் கணக்கிடாமல், கொடுக்கப்பட்ட விருப்பங்கள், விருப்பத் தேர்வுகளுடன், நுகர்வோர்கள் பல பொருள்களில் பணத்தைப் பங்கிட்டு வாங்க விரும்புகிறார்கள் என்பதை அவர்கள் கேட்கிறார்கள். சுருக்கமாக, வாங்கும் தீர்மானங்களைக் கவரும் ஒரு காரணியின்மேல் மட்டும் கவனம் செலுத்துகிறார்கள். மற்ற பொருள்

களோடு ஒப்பிடும்பொழுது இந்தப் பொருள் எவ்வளவு செலவுள்ளதாக இருக்கிறதென்பதையும், நுகர்வோர் என்ன அதற்குக் கொடுக்க முன் வருவார் என்பதையும் கவனிக்கிறார்கள். விலைகள் நுகர்வோரின் தீர்மானங்களைக் கவரும் ஒன்று என்பதால், அதைச் செய்வதில்லை. பின்னர், என்னவென்றால் கொடுக்கப்பட்ட விலையின் வாங்குவதா, வேண்டாமா என்பதைத் தீர்மானிக்கும் நுகர்வோர்களின் முடிவு, இதரப் பொருளாதாரத்திற்கும் அவர்களின் விருப்பங்களை எடுத்தியம்பும் முக்கிய வழிமுறையாக இருக்கிறது.

இப்படி ஒரு முகப்படுத்துதலின் ஒன்று நுகர்வோர்களின் முடிவுகளின் பல நோக்குகளைப் பொருளாதார அறிஞர்கள் புறக்கணிப்பதாகும். அப்படிப் புறக்கணிக்கப்படும் முடிவுகள் மனித சமுதாய வளர்ச்சி ஆய்வாளர்கள் விளம்பரத் தேர்ச்சி பெற்றவர்கள் முதலியவர்களுக்குக் கவனத்தைக் கவரும் முக்கியமானதாக இருக்கும். சில காலத்திற்கு முன்னர், எடுத்துக்காட்டாகத் தேயிலை இறக்குமதி சங்கத்திற்கு அறிவுரை வழங்கும் உளநூல் வல்லுநர்கள் தேயிலை விற்பனை பாதிக்கப்பட்டது என்றும், அதற்குக் காரணம் அமெரிக்கர்கள் (ஆங்கிலேயர்களோடு ஒப்பிடும் போது) தேனீர் அருந்துவதை வெறுத்தார்கள் என்றும் முடிவும் செய்தார்கள். அதன் பயனாகத் தேயிலை இறக்குமதி செய்பவர்கள் அவர்களின் பொருள்களோடு தொடர்புடைய ஊக்கம் குலைந்த கற்பனையை அற்றபெரும் தொகையைச் செலவிட்டார்கள், சில நோக்கு நிலையில் தேனீர் ஆண்களுக்கு மட்டுமிருந்த போதிலும் முக்கியமானது. ஆனால், ஒரு பொருளாதார அறிஞருக்குச் சம்பந்தமற்றதாகும். ஏனென்றால், அது பொருளாதார முறை இயங்க எந்த ஒரு வழியையும் கூறுவதில்லை. அவர் தேர்வுகள், பழக்கங்கள் முதலிய நோக்கங்களை முதன்மை விவரமாக எடுத்துக்கொள்ள விரும்புகிறார். கொடுக்கப்பட்ட அப்படிப் பட்ட நோக்கங்களை எடுத்து வினாவிற்குப் பதிலளிப்பதில் சிரத்தை கொள்கிறார். அஃதாவது நுகர்வோர்களின் முடிவுகள் விலைமாற்றத்தாலும் வருமான மாற்றத்தாலும் எப்படிப் பாதிக்கப்படுகின்றன என்பதாகும். இதுதான் நமது கேள்வியுமாகும். அவற்றின் உற்பத்தித் திறமைகளின் வரம்புக்குள், நுகர்வோர்கள் விரும்புவதைக் கொடுக்க, எப்படிப் பொருளாதார முறைகள் பதில் அளிக்கின்றன என்பதற்கு விடையளிக்க முயற்சிப்போம்.

இரண்டு பொருள்களுக்கிடையில் தேர்வு: பயன் பாட்டை மிகுதியாக்கல்

ஓர் எளிய வினாவுடன் நமது ஆய்வு ஆரம்பமாகிறது. ஒரு நுகர்வோர் செலவிட ஒரு கொடுக்கப்பட்ட தொகையைப் பெற்றிருக்

கிறார் என்று வைத்துக்கொள்வோம். மிகுதியான திருப்தியை அடையப் பல பொருள்களுக்கிடையில் எவ்வாறு அவரது செலவுப் பங்கிடப்படுகிறது? மாறாகக் கூறினால், அவர் பணம் அதிகமாகக் கிடைப்பதற்கு என்ன செய்யவேண்டும்?

அதற்கு விடையளிக்க ஓர் எடுத்துக்காட்டை எடுத்து அதை விவரமாகக் கற்போம். ஒரு தனிச் சிறப்பிற்குரிய இல்லாள், திருமதி X வரும் மாதத்திற்குக் குறைந்த உணவிற்கு 50 டாலர் மட்டும் செலவிடத் தீர்மானித்துள்ளாள். மாமிசத்திற்கு (ஒரு பவுண்டு 1 டாலர் விலை) எவ்வளவு அதில் செலவிடுவது; காய்கறிகளுக்கு (ஒரு பவுண்டு 40 சென்டுகள் விலை) எவ்வளவு செலவிடுவது என்ற வினா அவளுக்கு எழுகிறது. அவள் செலவிட வேண்டிய மொத்தத் தொகையும் இரண்டு விலைகளும் அவளது தேர்வைக் கட்டுப்படுத்துகின்றனவென்பதைக் கவனிக்கவும். அவள் 50 டாலரையும் காய்கறிகளில் செலவிடலாம் (125 பவுண்டுகளைப் பெற்று) அல்லது அதையெல்லாம் 50 பவுண்டு மாமிசம் வாங்க; நிச்சயமாக அவற்றில் இரண்டில் ஒன்றைச் செய்ய விரும்பமாட்டாள். அதற்குப் பதிலாகச் சில பவுண்டு மாமிசத்தையும், உதாரணமாக x ஐயும் (0–விற்கும் 50க்குமிடையில்) சில பவுண்டு காய்கறிகளையும், y என்று வைத்துக் கொள்வோம். (அஃதாவது 0 விற்கும் 125க்கு மிடையில்) தேர்ந்தெடுத்தால் அவளது மொத்தப் பட்டியல் 50 டாலருக்குமேல் செல்லாது. அஃதாவது x, y என்ற இரண்டு எழுத்துக் குறிகளால் அவளது தேர்வை விளக்கலாம்.

$$x + 40_y = 50$$

வரைபடம் 5—1-ல் நேர்க்கோட்டால் காட்டப்பட்ட தேர்வின் ஓர் அணியாகும்.

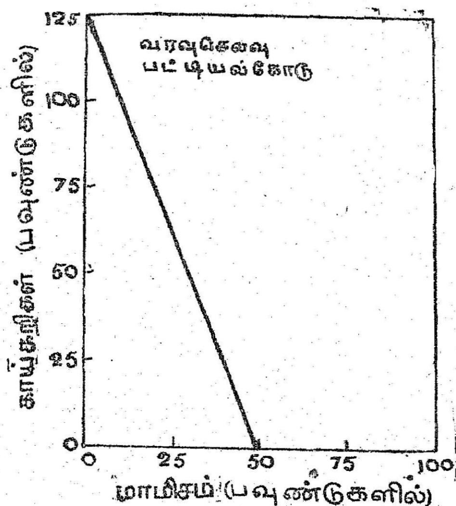
பொதுவாகக் கூறினால் ஒரு நுகர்வோர் இரண்டு பொருள்களின் மேல் செலவிட B டாலர் வைத்திருப்பதாகவும், அவற்றின் விலை p_1 p_2 ஆகவும் இருந்தால் அவரது தேர்வின் அணி x, y என்ற தொகுதியால்,

$$p_1x + p_2y = B \text{ எனப்படும்.}$$

கொடுக்கப்பட்ட ஒரு வரவு செலவுப் பட்டியலுக்கும் விலைகளுக்கும் ஒத்த அப்படிப்பட்ட தேர்வின் அணி ஒரு **வரவு செலவுத் திட்டக்கோடு**[1] எனப்படும். வரவு செலவுத் திட்டக்கோடு எப்படி

1. மூன்று பொருளகள் இருந்தால வரவு செலவுத் திட்டத்திற்கான சமன்பாடு $p_1x + p_2y + p_3z = B$ எனறும் அதில் x y, z மூன்று பொருள்களில் வாங்கப்பட்ட அளவுகளைக குறிக்கிறது. இக் கருத்தை அதிகப்படியான பொருள்களின் எண்ணிக்கைககுப் பொருந்தும்.

விலைகளும் வரவு செலவுத் திட்டவரையறையும் சேர்ந்து நுகர்வோருக்குள்ள தேர்வு அணியை விளக்கும் என்பதைக் காட்டுகிறது. அல்ஜீப்ராமூலம் இவ் வரையறை ஒரு நெடும் போக்குச் சமன்பாட்டால் கூறப்படுகிறது. வடிவியல்படி ஒரு நேர்க்கோட்டை ஒத்துள்ளது. ஆனால், வரவு செலவுத் திட்டக்கோடு எந்த ஜதை அளவை, வரவு செலவுத் திட்டச் சமன்பாட்டைத் திருப்திப்படுத்தும்; நுகர்வோர் தேர்ந்தெடுப்பார் என்பதைப்பற்றிய செய்தியை அளிப்பதில்லை,



படம் 5—1

ஒரு வரவு செலவுத் திட்டக்கோடு: ஒரு வரவு செலவுத் திட்டக்கோடு அதே மொத்தச் செலவுள்ள பொருள்களின் எல்லாத் தொகுதிகளையும் காட்டுகிறது.

சம நோக்குக் கோடுகள்

பொதுக் கருத்துத் தொடர்பாக, நுகர்வோர் தேர்வுப் பிரச்சினையை இரண்டு பாகமாகப் பிரிக்கலாம். வரவு செலவுத் திட்டக் கோட்டால் தீர்க்கப்பட்ட ஒரு பகுதி நுகர்வோருக்கான தேர்வு அணியை விளக்குகிறது. மற்றொரு பகுதி, வரவு செலவுக் கோட்டிலுள்ளவற்றில், பொருள்களின் தொகுதிகளில் நுகர்வோர் எதைத் தேர்ந்தெடுப்பார் என்பதைத் தீர்மானிக்கிறது. முதல் பகுதி அடிப்படைப் பொருளாதார விவரத்தை இணைக்கிறது. அதற்குப் பொருளியல் அறிஞர் முழுப் பொறுப்பை ஏற்றுக்கொள்கிறார். இரண்டு பகுதி உளநூல் விவரங்களைச் சார்ந்துள்ளது. அதைப்பற்றிப் பொருளியல் அறிஞர், வரவு செலவுத்

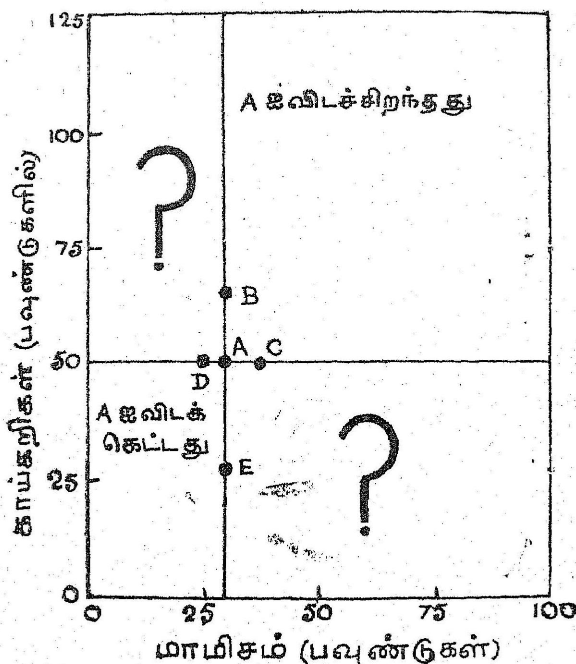
திட்டக் கோட்டில் நுகர்வோர், தாம் மிகவும் விரும்பும் தொகுதியைத் தேர்ந்தெடுப்பார் என்று மட்டும் கூறமுடியும். இரண்டாம் பகுதிப் பிரச்சினைக்கான மிருதுவான எதிர்ச்செயல், வரவு செலவுத் திட்டக் கோடு மட்டும் நுகர்வோர் முடிவைத் தீர்மானிப்பதில்லை என்றும், அதிகமான விவரங்கள் தேவைப்படுகின்றன என்றும், அஃதும் நுகர் வோர்களின் தேவையைப்பற்றியது என்றும் தெரிய வருகின்றன. அவ் விரங்களைப்பற்றிப் பார்க்கலாம்.

சென்ற மாதத்தில், திருமதி X, 50 பவுண்டு காய்கறிகளையும் 30 பவுண்டு மாமிசத்தையும் வாங்கினாள் (வரைபடம் 5—2-ன் முனை A) என்றும், மாத இறுதியில் காய்கறி போதவில்லை என்றும் ஊகித்துக் கொள்வோம். இந்த மாதப் பட்டியலைத் தயாரிக்கும்பொழுது, கூடை A யைவிட அதிகக் காய்கறிகள் உள்ள வேறு ஒரு தொகுதியை, அஃதாவது 55 பவுண்டு காய்கறிகளையும் 22 பவுண்டு மாமிசத்தையும் (அதே விலையாகும்) விரும்புவாள், இம் முறையாக, அவளது விருப்ப மும் அனுபவமும் சந்தைக் கூடைகளின் ஏதாவது ஒரு விரும்பத்தக்க ஜதையை மனத்துக்குள் ஒப்பிட்டு நோக்க ஏதுவாக இருக்கின்றது.

நடை முறையான திருமதி Xக்குக் காய்கறி மாமிச அளவுகளின் தொகுதியின் கற்பனை, வாங்க முடியாத ஒன்றிற்கு நேரத்தை வீணாக்குவதாகும். ஆனால், சிறிது நேரத்திற்கு நடைமுறையை மறந்து விடலாம். மாமிசம் காய்கறியின் எல்லாக் கருதத்தக்க சந்தைக்கூடை களோடு ஒப்பிட்டுப் பார்ப்பதை எண்ணுவோம். பின்னர், சந்தைக் கூடை A ஒரு நகரும் முனை என்றும், ஒவ்வொரு கருதத்தக்க சந்தைக் கூடையும் மூன்று வகுப்புகளில் ஒன்றின் ஓர் அங்கத்தினராக இருக்கும் என்றும் எடுத்துக் கொள்வோம். (1) Aக்குப் பதிலாக விரும்பப்படும் சந்தைக் கூடைகளின் வகுப்பு. (2) Aக்குக் குறைவான ஒன்று, (3) Aயைப் போல் திருப்தியளிக்கவல்ல ஒரு வகுப்பு (இந்த வகுப்பிற்குச் சந்தைக் கூடை A யைப் போல் திருமதி X விரும்பக் கூடிய ஆனால் அதற்குமேல் வேண்டாத) ஆகும்.

இவ்வளவும் வெறுமைப் பகுப்பு. நமது ஆய்விற்குப் பொருள் கொடுக்க, நுகர்வோர் தேர்வுகளில் சில பரவலாயுள்ள குணங்களைக் கவனிக்கவேண்டும்.

முதற்கண், ஒரு சந்தைக் கூடை இரண்டு பொருள்களில் ஒன்றை, Aயை விட அதிகமாகவும் மற்றதைக் காட்டிலும் குறைவற்றதாகவும் இருந்தால், Aக்கு அது விரும்பத்தக்கதாக இருக்கும். இந்த அடிப் படையில் சந்தைக்கூடை B, (30 பவுண்டு மாமிசமும் 70 பவுண்டு காய் கறிகளும்) Aக்குப் பதிலாகவும் (30 பவுண்டு மாமிசமும் 50 பவுண்டு காய்கறியும்) Aக்குப் பதிலாகவும் அதைப்போலவே C-க்குப் பதிலாக



படம் 5—2

சில சந்தைக் கூடைகளின் விருப்ப ஒப்பீடுகள்: நுகர்வோர் இரண்டு பொருள்களில் அதிகமாயுள்ள ஒன்றை விரும்புவார்' குறைவாக உள்ள மற்றதை விரும்பமாட்டார்.

வும் (35 பவுண்டு மாமிசமும் 50 பவுண்டு காய்கறியும்) விரும்பப்படும். உண்மையில், வரைப்படம் 5—2-ன் Aக்கு வ டக்கும் கிழக்கும் அமையும். ஓர் இடம் சந்தைக்கூடை Aக்குப் பதிலாக விரும்பப்படும். அதைப் போலவே சந்தைக் கூடை D (25 பவுண்டு மாமிசமும் 50 பவுண்டு காய்கறியும்), Aக்குத் தாழ்ந்ததாக இருக்கும். அதைப்போல் சந்தைக் கூடை Eஉம் (30 பவுண்டு மாமிசமும் 25 பவுண்டு காய் கறியும்), பொதுவாகக் கூறினல் Aக்குத் தென்மேற்கிலுள்ள எந்த ஒரு சந்தைக் கூடையும் அப்படியே இருக்கும் (Aயின் வடமேற்கு அல்லது தென்கிழக்கிலுள்ள சந்தைக்கூடைகளைப்பற்றி நாம் ஏதும் கூற முடியாது).

நாம் கவனித்த எடுகோள் நிறைவற்ற முற்கோள் எனப்படும். நுகர்வோர்கள் சாதாரணமாகக் குறைவைவிட அதிகமாய் விரும்புவார் கள் அல்லது குறைவான சொற் செறிவில், ஒரு பொருளுக்குப் பதிலாக

ஒன்றைக் கொடுக்காமல் ஒரு நுகர்வோருக்கு ஒரு பொருள் அதிகமாய்க் கிடைத்தால் அப்படியே செய்வார்.

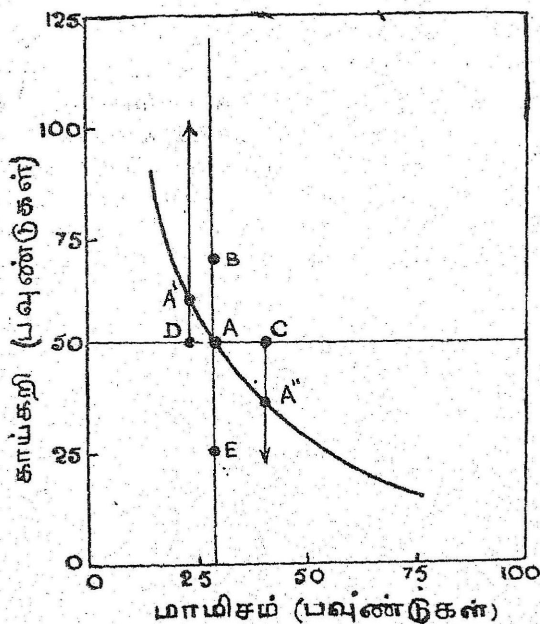
வரைபடம் 5—2-லிருந்து குறிகள் '?' நீக்கப்பட வேண்டுமானால் சில அதிகமான பண்பட்ட ஒப்பீடுகளைப் பார்க்கவேண்டும். அஃது வரைபடம் 5—3-ல் செய்யப்பட்டுள்ளது. அதில் அதே விவரங்கள் பதிவு செய்யப்பட்டுள்ளன. Aயை விடக் குறைவாகப் பெற்றிருக்கும் சந்தைக் கூடை Dக்குத் திரும்பலாம். வரைபடம் 5—3-ல் D மூலம் வரையப்பட்ட அம்புக்குமேல் கிடைக்கக் கூடிய ஒரு சந்தைக் கூடையை அடைய ஒரு பவுண்டு காய்கறியைச் சேர்ப்போம். Dக்குப் பதிலாக நிறைவேற்ற முற்கோளால் விரும்பப்படும் ஒரு சந்தைக் கூடையே அதன் விளைவாகும். ஆனால், அது Aக்குப் பதிலாக விரும்பப்படலாம்; அல்லது விரும்பப்படாமலிருக்கலாம். இப் புதிய சந்தைக் கூடை A ஐவிடத் தாழ்ந்ததாகக் கருதப்பட்டால் (திருமதி Xஆல் தீர்மானிக்கப்பட்டதுபோல்), அம்பில் மேலும் ஒரு கூடைக்கு நகர அதில் மேலும் ஒரு பவுண்டு காய்கறியைச் சேர். அம்பில் மேல் நோக்கி நகரும் பொழுது, இறுதியாக A′ என்ற சந்தைக் கூடையைச் சேர்வோம். அது திருமதி X-க்கு A[1] ஐப்போன்று திருப்தியளிக்கும்.

இவ்வாய்வு ஓர் இரண்டாவது எடுகோளை அறிமுகப்படுத்துகிறது. அது பதிலீட்டு முற்கோள் எனப்படும். சந்தைக் கூடையில் ஒரு பொருளின் ஒரு சிறிய அளவு குறைக்கப்பட்டால், அக் குறைவு மற்ற பொருளின் அளவைப் போதியவாறு அதிகரித்து ஈடுபடுத்தலாம் என்பதை முற்கோள் அறவிக்கிறது. பதிலீட்டு முற்கோளின்படி சந்தைக் கூடை D வழியாக மேல்நோக்கிச் செல்லும் அம்பில் ஒரு முனை இருக்கிறது. அது சந்தைக் கூடை Aஐப் போன்று திருப்திகரமானது. இம் முனையை A′ என்று ஏற்கெனவே கூறினோம்.

அது போன்ற ஆய்வு சந்தைக் கூடை Cக்கும் பொருந்தும். அதில் Aஐ விட அதிகமான மாமிசம் இருக்கிறது. ஆகவே, அதை விட உயர்ந்ததாக உள்ளது. இப்போது முனை A″ஐக் காணக் கீழ் நோக்கி நகர வேண்டியிருக்கிறது. அங்கே நமது கூடை Aயை விட 5 பவுண்டு மாமிசம் அதிகமாகவும் போதிய அளவு குறைவான காய் கறிகளையும் பெற்றிருக்கும். அது Aஐப்போன்று திருப்திகரமான தாயிருக்கும்.

[1] இது தவிர்க்க முடியாதது P-லிருந்து ஆரம்பித்து. Aஐப்போன்று காய்கறிகளையுடைய சந்தைக் கூடையையும் மாமிசமற்றதாகவும் இருப்பதாக வைத்துக்கொள்வோம். எவ்வவே காய்கறிகள் சேர்த்தாலும்திருமதி X திருப்தி யடையும்படியான Aஐ போன்ற ஒரு கூடையைப் பெற முடியாது. அவளது குடும்பம் குறைவான மாமிசத்துடன், நிறைவுள்ள காய்கறி உணவைவிடக் கருமித் தன்மான உணவைப் பெறும்.

முனைகள் D, C ஐப்பற்றிச் சிறப்பான தொன்றும் கிடையாது. படுக்கைக் கோட்டின்மேல் ஒரு சந்தைக் கூடையுடன், A வழியாக ஆரம்பித்தால் (F-க்கு மிகவும் நெருக்கமாக இருக்கும் ஒன்றைத் தவிர) முனைகள் A′ அல்லது A″ஐக் காண நாம் மேல் நோக்கி நகரலாம். அல்லது தகுந்தாற்போல் கீழ்நோக்கி (அஃதாவது காய்கறிகளைச் சேர்; அல்லது குறை). அது Aஐப் போல் திருப்திகரமானதாயிருக்கும். அதைப் போன்று பல தடவை செய்து, எல்லா முனைகளையும் இணைத்தால் வரையப்பட்ட வளைகோடு போன்று A′, A, A″ வழியாக அமையும். அதில் எந்த முனையும் A முனையால் காட்டப்படும் சந்தைக்



வரைபடம் 5—3

ஒரு நுகர்வோரின் சமநோக்குக்கோடு: நுகர்வோருக்குச் சமமான திருப்தியை அளிக்கும் பொருள்களின் எல்லாத் தொகுதியையும் அது காட்டுகிறது.

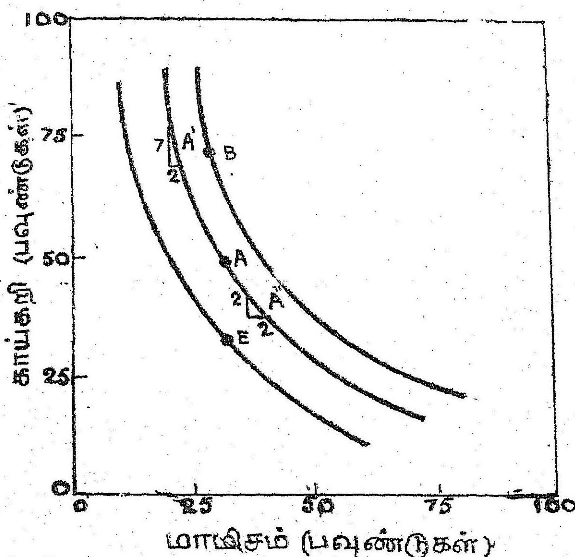
கூடையைப் போன்று திருப்திகரமானதாக இருக்கும். இவ் வளைகோடு A மூலமான சம நோக்கு வளைகோடு எனப்படுகிறது. (A′ வழியான சமநோக்குக் கோடு எனவும் கூறலாம்). ஒரு நுகர்வோர் சமமாகக் கருதும் சந்தைக் கூடைகளைப் பிரதிபலிக்கும் எல்லா முனைகளையும் ஒரு சம நோக்குக்கோடு பெற்றிருக்கிறது.

அதைப்போன்ற ஆய்வைப் பயன்படுத்தி, வரைபடத்தில் படுக்கைக் கோட்டால் வரைந்து அதைப்போன்ற ஒரு சமநோக்கு வளைக்கோட்டை வரையமுடியும். அஃதாவது, ஒவ்வொரு சந்தைக் கூடைக்கு ஏற்றாற்போல், திருமதி X-க்குத் திருப்தியளிக்கும் சந்தைக் கூடைகளைப்போல் பதிலான கூட்டங்கள் இருக்கின்றன. அவற்றை ஒன்றாகச் சமநோக்கு வளைகோடுகளின்மேல் இணைத்து, சந்தைக் கூடை Aக்குக் கண்டதுபோல் உண்டாக்கலாம். வரவு செலவுத் திட்டக்கோடு தொடர்புள்ள பொருளாதார விவரங்களை ஒருமைப் படுத்துவதுபோல் நுகர்வோர்களின் தேர்வுக்கான எல்லா உள் கருத்துகளை ஒருங்கிணைத்துச் சமநோக்கு வளைகோடுகளால் கூற முடியும். ஆகையால், இவ்வளைகோடுகளின் குணங்களின் எண்ணிக் கைகளைச் சுட்டிக் காட்டவேண்டும்.

வரைபடம் 5—4 சமநோக்குக் கோடுகளின் கணக்கற்ற எண் களின் மூன்றைக் காட்டுகிறது. ஒன்று சந்தைக்கூடை B வழி யாகவும், ஒன்று A வழியாகவும், ஒன்று E வழியாகவும் காட்டுகிறது. இக் கோடுகள் பல்வேறு சந்தைக் கூடைகளின் விருப்பத்தேர்வைக் காட்டுகின்றன. எடுத்துக்காட்டாக, கூடை B, கூடை A ஐவிட உயர்ந்தது (நிறைவற்ற முற்கோளால்). B வழியாகச் செல்லும் அக் கோட்டின் எந்த ஒரு சந்தைக் கூடையும் B யைப்போல் திருப்திகர மானதாய் இருக்கும் (தொகுப்பால்). ஆகையால், A வழியாகச் செல்லும் கோட்டின் ஒரு சந்தைக் கூடையைவிட உயர்ந்ததாக இருக்கும். அதேபோல் E வழியாகச் செல்லும் கோட்டின் ஒரு சந்தைக் கூடையைக்காட்டிலும். (இதிலிருந்து சமநோக்குக் கோடுகள் ஒன்றை ஒன்று சந்திக்காது என்பதும், வரைபடத்தில் இரண்டு சமநோக்குக் கோடுகள் சந்திக்கும்படி வரைந்தால், நிறைவற்ற முற்கோளைத் தகர்த்து விட்டதாக நீ அறியலாம்).

சமநோக்குக் கோடுகள் வலமாகக் கீழ்நோக்கிச் சாய்கின்றனவென்ப தைக்கவனி (A ஐக் காட்டிலும் A′ குறைவான மாமிசத்தைப் பெற்றிருப் பதால், A ஐப்போல் அஃதும் விரும்பத்தக்கதாகக் கருதினால், அஃது அதிகப்படியான காய்கறிகளைப் பெற்றிருக்கவேண்டுமென்பதை ஞாப கப்படுத்து). சமநோக்குக் கோடுகள் வளைந்து மேல்நோக்கி அல்லது கணித முறையில், குவிந்துருவாயுள்ளன என்பதையும் கவனி. இக் குணம் ஒரு புதிய உள இயல்பு எடுகோளைப் பிரதிபலிக்கிறது. '2' என்று குறிக்கப்பட்ட குறுகிய படுகிடைக்கோட்டால் காட்டப்பட்ட சந்தைக்கூடை A′-யிலிருந்து இரண்டு பவுண்டுகளை எடுத்துவிடுவதாக வைத்துக்கொள்வோம். சந்தைக்கூடை A′ அதிகமான மாமிசத்தை வைத்திருக்கவில்லை என்றும், அதைச் சரிப்படுத்த அதிகப்படியான காய்கறி அளவு ('7' என்று குறிக்கப்பட்ட) A′ஐ விடக் குறைவான

இரண்டு பவுண்டு உள்ள ஒரு கூடையை உற்பத்தி செய்யவேண்டும். அஃதும் விரும்பத்தக்கதாக இருக்கும் என்பதும் தெரிகிறது. மாருக, அதிகப்படியான மாமிசத்தைப் பெற்றிருக்கும் கூடை A″ஐ ஒரு நகரும் முனை என்று எடுத்துக்கொண்டால், காய்கறியில் ஒரு சிறிய அதிகரிப்பு



படம் 5—4

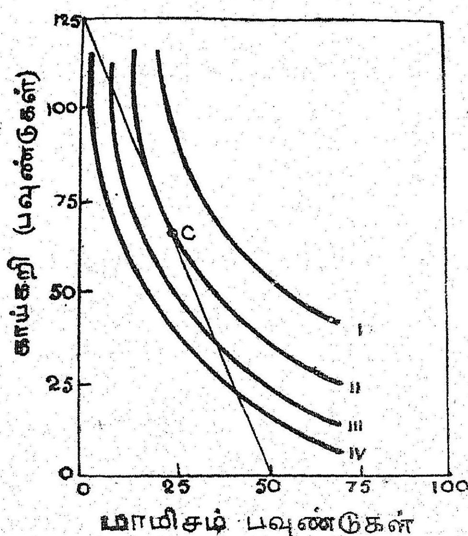
மூன்று சம நோக்குக் கோடுகள்: அவை குவிந்துள்ளன, ஏனென்ருல், ஒரு நுகர்வோர் இதரப் பொருள்களின் தொடர்பிற்கேற்ப ஒரு பொருளை அதிகமாய்ப் பெற்றிருந்தால், குறைந்தால் முக்கியத்துவத்தை அதற்குக் கொடுக்கிருர்.

('2' என்பதுபோல்) மாமிசத்தில் இரண்டு பவுண்டு குறைவைச் சரிப் படுத்தத் தேவைப்படும் என்பது நியாயமானது. இப் பரிசீலனையை உள்ளடக்கியுள்ள உள இயல் எடுகோள் குறைந்து செல் இறுதிநிலைப் பதிலீடு முற்கோள் எனப்படுகிறது. குறைந்து செல் இறுதிநிலைப் பதிலீடு முற்கோள், ஒரு சந்தைக்கூடை மற்றவற்றின் விகிதாச்சாரத் திற்கேற்ப ஒரு குறிப்பிட்ட பொருளை அதிகமாய்ப் பெற்றிருந்தால், அந்த ஒன்றின் அளவில் ஓர் அலகின் குறைவுக்கான அதிகரிப்புகள் மற்ற பொருள்களின் அளவுகள் உள இயல்பாகச் சரிப்படுத்தத் தேவைப் படும் என்பதை வற்புறுத்துகிறது.

இம் முற்கோளுக்குப் பல விதிவிலக்குகள் இருக்கின்றன. ஆனால், ஒரு நுகர்வோர் அதிகமாக ஒரு பொருளை வைத்திருந்தால், அதில் ஓர்

அலகு அதிகம் அல்லது குறைவாகப் பெறுவதற்குக் குறைந்த முக்கியத் துவத்தைக் கொடுக்கிறார்.

இப்போது சமநோக்குக் கோடுகளில் அடங்கியுள்ள உளஇயல் விவரங்களை வரவு செலவுத் திட்டக்கோட்டில் அடங்கியுள்ள பொரு ளாதார விவரங்களுடன் சேர்க்கலாம். வரைபடம் 5—5 ஐப் பார். அதில் வரவு செலவுத் திட்டக்கோடு 1,2,3,4 என்று பெயரிட்ட நான்கு சமநோக்குக் கோடுகளுடன் சேர்த்துக் காட்டப்பட்டுள்ளது. திருமதி X சமநோக்குக்கோடு 1-ல் எந்த ஒரு சந்தைக் கூடையையும் வாங்க முடியாது. ஏனென்றால் அது வரவு செலவுத் திட்டக் கோட்டிற்குமேல் அமைந்துள்ளது. எந்த ஓர் அளவு மாமிசத்துடனும் வாங்க முடியாத படி அதிகப்படியான காய்கறி அளவை அது காட்டுகிறது. ஆனால், காட்டப்பட்ட மற்ற சமநோக்குக் கோடுகளின் ஒவ்வொன்றையும் குறைந்த பட்சம் ஒரு சந்தைக் கூடையை விரும்ப முடியும். அவள்



படம் 5—5

நுகர்வோரின் தேர்வு: மிக உயர்வாகத் தொடங்கக் கூடிய சம நோக்குக் கோட்டை வரவு செலவுத் திட்டக் கோடு தொடும் இடத்தில் உச்சநிலை திருப்தி ஏற்படுகிறது,

அதிக உயரத்திலுள்ள சமநோக்குக் கோட்டில்—சமநோக்குக் கோடு 2, ஒரு கூடையைத் தாங்க தகுதி பெற்றிருப்பாள். நிறைவற்ற முற்கோளி லிருந்து இது தொடர்கிறது. ஏனென்றால், சமநோக்குக் கோட்டின்

ஒரு சந்தைக்கூடை முனை கீழுள்ள சமநோக்கக்கோட்டின் முனைக்கு நேராக மேல் இருப்பதைப் பெற்றிருக்கிறது. ஒவ்வொரு சமநோக்குக் கோடும் சந்தைக் கூடைகளின் ஒரு கூட்டத்தைக் குறிக்கும். அதில் ஒவ்வொன்றும் கீழுள்ள சமநோக்குக் கோட்டின்மேலுள்ள ஒவ்வொரு சந்தைக் கூடைக்குப் பதிலாக விருப்பப்படுவதாகும். சமநோக்குக் கோட்டின் உருவ அமைப்பால், சந்தைக்கூடை C (26 பவுண்டு மாமிசமும் 60 பவுண்டு காய்கறிகளும்) அவள் வாங்கத் தகுதியான வலைகோடு 2-ன் தொகுதியாகும். அதற்கேற்ப அவள் அதைத் தேர்ந்தெடுப்பாள். அவளது முடிவு தீர்மானிக்கப்படுகிறது.

இப்படியாகக் கொடுக்கப்பட்ட வரவுசெலவுத் திட்டம், விலைகள், சுவைகளுடன் நுகர்வோர் தேர்வின் பிரச்சினை தீர்க்கப்பட்டுவிட்டது. இருந்தாலும் தீர்வின் ஒரு சொத்துக் குறிப்பிட்ட ஆய்வைப்பெறத் தகுதி பெறுகிறது. தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட சந்தைக் கூடையின் வழியாக, கூடை C, உள்ள சமநோக்குக் கோட்டுக்குத் தொடு கோடாக வரவு செலவுத் திட்டக்கோடாகும் என்பதைக் கவனி. இந்த ஒரு முனைதான் வரவு செலவுத் திட்டக்கோட்டில் தொடர்புள்ளதாக இருக்கிறது. வரவுச் செலவுத் திட்டக்கோடு சமநோக்குக் கோட்டுக்குத்தொடு கோடாக இருக்கும்பொழுது, நுகர்வோர் பொருள்களின் இணைப்பைத் தேர்ந்தெடுப்பார்.

சமநோக்குக் கோடுகள் சரிசம அளவுகளையும் வரவுத் திட்டக் கோடுகள் சமச்செலவுக் கோடுகளையும் ஒத்துள்ளனவென்றும் அறிவுறுத்தாவிட்டால், உனது ஞாபகசக்தி சரியானதன்று. உண்மையில், நுகர்வோர் அவரது பணத்திற்கு மிகையான திருப்தியைப் பெற முயற்சிப்பதும், உற்பத்தியாளர் அவரது பணத்திற்கு அதிகமான உற்பத்தியைப் பெற முயலுவதும் பொருளாதாரப் பிரச்சினைகள் அடிப்படையாக ஒன்ருகவே இருக்கின்றன. வரைபடங்களும் தருக்கமுறை உள்பொருள்களும் நடைமுறையில் ஒத்துள்ளன. பெருவாரியான முடிவுகள் பலமாக ஒப்புமையுடையனவாக இருக்கும் என்பதைப் பார்க்கலாம். ஒரு சந்தையின் தேவைப் பக்கத்திற்கும், அளிப்புப் பக்கத்திற்கும் ஓர் உள்ளீடான தருக்க முறை செவ்வொழுங்காக இருக்கிறது.

ஆக்கக் கோட்பாட்டுக்கும் நுகர்ச்சிக் கோட்பாட்டுக்குமுள்ள வித்தியாசம் இரண்டு, முதலாவதாக, நுகர்வோரின் மொத்தச்செலவு அவரது வரவால் கட்டுப்படுகிறது. அதே சமயத்தில் உற்பத்தியாளர் (பரந்த வரையறைகளுக்குள்) ஆக்கக் காரணிகளின் மிக லாபகரமான செலவு அளவைத் தேர்ந்தெடுக்க உரிமை பெற்றுள்ளார். இரண்டாவதாக, உற்பத்தியாளர் தனது லாபத்தை உச்சப்படுத்த முயற்சிக்கிருர். அது ஒரு குறிக்கோள். மேலும் அளக்கக் கூடிய அளவு

அதே சமயத்தில் நுகர்வோர் திருப்தியை உச்சப்படுத்த முயல்கிறார், அஃது ஒரு மிகவும் அகமாகவும் அளக்க முடியாத பருமனாகவும் இருக்கிறது. நடைமுறையில் இரண்டு கோட்பாடுகளுக்குள்ள எல்லா வேறுபாடுகளும் இந்தச் சூழ்நிலைகளிலிருந்து வெளிப்படுகிறது, குறிப்பாக ஆக்கக் கோட்பாடு நுகர்வுக் கோட்பாட்டைக் காட்டிலும் புலனறிவுடையதாக இருக்கிறது. ஏனென்றால் லாபங்கள் திருப்தியைக் காட்டிலும் மிகவும் புலனுடையதாய் இருக்கிறது.

நுகர்வோர்களின் முடிவுகள் ஆராயப்படும் வடிவியலில் பெரும்பாலும் நாம் நோக்கிக் கொண்டிருந்தோம். நமது முடிவின் பொருளாதார அர்த்தம், வரவு செலவுத் திட்டக்கோடும் ஒரு சம நோக்குக் கோடும் அதே சாய்வைக் கொண்டிருக்கும் முனைக்கான ஒரு சந்தைக் கூடையை நுகர்வோர் தேர்ந்தெடுப்பார் என்பது இவ்விரண்டு சாய்வுகளின் பொருளாதார விளக்கத்திலிருந்து தொடர்கிறது. அதைப்பற்றி இனிப் பார்ப்போம்.

சில தொழில் நுட்பமான கருத்துகள்

வரவு செல்வுக் கோட்டின் சரிவின் பெருளாதார அர்த்தம் அடிப்படையானது, கோட்டின் ஒரு முனையிலிருந்து ஆரம்பிக்கும் பொழுது, திருமதி X ஒரு பவுண்டு மாமிசம் குறைவாக வாங்கினால், அவள் 1 டாலர் சேமிப்பாள். அதை $2\frac{1}{2}$ பவுண்டு காய்கறிகள் வாங்க உபயோகிக்கலாம். ஆகையால், கோடு $2\frac{1}{2}$ அலகுகள், இடமாக ஒவ்வொரு தடவையும் ஓர் அலகு நகரும்பொழுது மேல் ஏறுகிறது. பொதுவாகப் படுகிடையில் குறிக்கப்பட்ட பொருளின் விலை p_1 ஆகவும், செங்குத்துக் கோட்டில் குறிக்கப்பட்ட பொருளின் விலை p_2 ஆகவும் இருந்தால் படுகிடைப் பொருளில் ஓர் அலகு குறைவாக வாங்குவதால் p_1 சேமிப்புக் கிடைக்கும். அதன் மூலம் செங்குத்துப் பொருளில் p_1/p_2 அலகுகள் வாங்கலாம். வரவு செலவுக்கோட்டின் சரிவு p_1/p_2 ஆக இருக்கும். அது விகிதாச்சார விலைகளை முழுக்கச் சார்ந்திருக்கும்.

ஒரு கோட்டின் சமநோக்குக் கோட்டின் சரிவுப்பொருள் விளக்கம் மிகவும் எளிது. வரைபடம் 5—4-ல் வரையப்பட்ட சிறிய முக்கோணத்தில் (மாமிச அளவில் ஒரு சிறிய குறைப்பை ஈடுசெய்யத். தேவைப்படும் காய்கறியின் அதிகரிப்பைக் காட்டுகிறது). A′-ல் வரையப்பட்ட முக்கோணங்களில் இரண்டு A′ வழியாகச் சம நோக்குக் கோட்டின்மேல் அமைகின்றன. இரண்டு செங்குத்துகளின் வழியாக வரையப்பட்ட நாடி A′-ன் தொடுகோடு நெருங்கிய அளவீடாய் இருக்கிறது. மிகச் சின்னஞ்சிறிய முக்கோணங்களை

வரைய நினைக்கும்பொழுது நெருங்கிய அளவீடு சிறந்ததாக ஆகிறது. உண்மையில், தொடுகோடு அந் நாடிகளின் கணித வரையறையாக, மும்கோணங்கள் உருவத்தில் குறையும்பொழுது இருக்கும். ஆனால், அப்படிபட்ட நாடியின் ஒவ்வொரு சரிவும் திருமதி X மாமிச அளவை இழப்பதைச் சரிப்படுத்த வேண்டிய காய்கறி பவுண்டு எண்களாகும். மாமிசம் படுகிடையால் குறிக்கப்படுகிறது; அல்லது ஒரு பவுண்டு மாமிச இழப்பைச் சரிகட்ட வேண்டிய காய்கறியின் அளவு. பொருளியலில் அது மிகவும் முக்கியமான ஒரு கருத்தாகும். அதை இறுதி நிலை விகிதாச்சாரப் பதிலீடு என்று கூறலாம் (சுருக்கத்தில் MRS). மிகத் தெளிவாக இந்த உதாரணத்தில் மாமிசத்திற்கு வேண்டிய திருமதி X-ன் இறிதி நிலை விகிதாச்சாரப் பதிலீடு காய்கறிகள் சம நோக்குக் கோட்டின் சரிவாகும். அதை MRS (V : M) என்று சுருக்கலாம்,

ஒரு பொருளின் இறுதிநிலை விகிதாச்சாரப் பதிலீடு V, மற்றொரு பொருளுக்கு M ஒரு சிறிய அளவு Mஐத் தவிர்க்க M-ன் ஒவ்வோர் அலகிற்கும் வேண்டி V-ன் எண் அலகாக இருக்கும். ஒரு சம நோக்குக் கோட்டின் சரிவு அல்லது தொடு கோட்டால்-கோட்டுப் படத்தின் மூலம் அது குறிக்கப்பட்டுள்ளது.

எடுத்துக்காட்டாக, வரைபடம் 5—4-ல் A′ முனையில் திருமதி X இழக்கும் 2 பவுண்டு மாமிசத்தைச் சரிபடுத்தத் தேவைப்படும் காய்கறிகள் 7 பவுண்டுகள். சமமுனையில் மாமிசத்திற்கு ஏறக்குறைய[1] காய்கறிகளின் MRS 3.5.

சுருக்கமாக, வரவு செலவுக் கோட்டின் சரிவு, சந்தை விலையில் ஒவ்வொரு பொருளுக்கும் பரிவர்த்தனை செய்யக்கூடிய விகிதாச்சாரத்தைக் காட்டுகிறது. சம நோக்குக் கோட்டின் சரிவு, நுகர்வோர் அளவைகளுக்கு மற்றவற்றை மாற்ற விரும்பும் விகிதாசாரத்தைக் காட்டுகிறது. அஃதாவது ஒரு பொருளின் எண் அலகுகளை மற்றவற்றின் எண் அலகுக்கு மாற்றக் கூடியதைக் காட்டும். அப்போது அவள் சிறந்த நிலையில் அல்லது மோசமான நிலையில் இருக்கமாட்டாள். தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட சந்தைக் கூடையில் இவ்விரண்டு விகிதாச்சாரங்களும் சமமாகும். அடையாளமாகக் குறித்தால்,

$$MRS\ (V : M) = \frac{p_1}{p_2}$$

சொல் வகையில்: இரண்டு பொருள்களும் ஒதுக்கப்படும் வரவு செலவுப் பட்டியலில், அவற்றின் விகிதாச்சார விலைகளுக்குச் சமமான இரண்டு

1 'ஏறக்குறைய' என்று கூறுகிறோம். ஏனென்றால், நாடியின் சரிவு தொடு கோட்டின் சரிவிற்கு ஏறக்குறைய இருக்கிறது.

பொருள்களின் MRS-க்கான் அவரது வரவு செலவுப் பட்டியலில் கோட்டின் சந்தைக் கூடையை நுகர்வோர் தேர்ந்தெடுப்பார்.

காட்டு, தொழில் நுட்ப முறையாக இருந்தாலும் இதுதான் பொது அறிவாக உள்ளது. மாமிசத்திற்கு 1 : 40=2.5—3.0 ஆக இருக்கும் ஒரு முனை என்னலாம். காய்கறிகளின் MRS ஆக இருக்கும் திருமதி X-ன் வரவு செலவுத் திட்டக்கோட்டின் ஒரு முனையைக் கவனி. அந்த முனையில் ஒரு பவுண்டு மாமிச இழப்பை ஈடு படுத்த 3 பவுண்டு காய்கறிகள் தேவைப்படும். அல்லது 3 பவுண்டு காய்கறிகள் விரும்பப் படுவதைப்போல் 1 பவுண்டு மாமிசமும் விரும்பப்படும். ஆனால் 2½ பவுண்டு காய்கறிகளை விட்டுக்கொடுத்து ஒரு பவுண்டு கூடுதலான மாமிசத்தைப் பெறலாம். அப்படி ஒரு முனை அவள் கண்டு கொண்டால் 2½ பவுண்டு குறைந்த காய்கறிகளையும் ஒரு பவுண்டு அதிகமான மாமிசத்தையும் வாங்கி, ஓர் உயர்ந்த சம நோக்குக் கோட்டுக்கு நகர்ந்து செல்வாள். விலை விகிதாச்சாரத்திற்கு அவளது MRS சமமாக இருக்கும் முனையை அடையும் வரைக்கும் அவளது வரவு செலவுத் திட்டக் கோட்டின்மீது தென்கிழக்கில் நகர்ந்து அவளது நிலையை விருத்தி செய்து கொண்டிருப்பாள்

அதைப் போலவே விருப்ப முனையின் மற்றபக்கத்தின் சந்தைக் கூடைகளுக்கும் உண்மையான நிலை இருக்கும். MRS 2,0 ஆக இருக்கும் ஒரு முனையில் ஒரு பவுண்டு மாமிசத்தை மதிப்பதைப்போல் 2 பவுண்டு காய்கறியும் மதிப்புடையனவாய் இருக்கும். ஆனால், ஒரு பவுண்டு மாமிசத்தைக் குறைத்து 2½ பவுண்டு காய்கறிகளை வாங்கு வாள். ஆக மறுபடியும் அப்படிப்பட்ட ஒரு முனையைத் தேர்ந்தெடுக்க மாட்டாள். அவளது வாங்கலை மாற்றியமைத்து, அவளது நிலைமையை விருத்தி செய்ய முடியாத ஒரு முனை எதுவென்றால், விகிதாச்சார விலைகளுக்குச் சமமாக MRS இருக்கும் ஒன்றேயாகும்.

இம் முடிவை மற்றொரு வழியில் கூறலாம். இரண்டு பொருள் களுக்கும் பட்டியலை அமைத்து வரவு செலவுக் கோட்டின் மேல் சந்தைக் கூடையைத் தேர்ந்தெடுப்பார். கூடுதலான டாலரின் மதிப் பான பொருள் மற்றொரு கூடுதலான டாலர் பெருமான ஒன்றைப் போல் கருதப்படும்.

இம்முடிவு முன்னால் பார்த்ததைப்போல் அதே பொருளைக் கூறுகிறது, ஆனால், சுலபமான மொழியில். நுகர்வோர் தனது டாலரை, ஒரு டாலரை ஒரு பொருளிலிருந்து மற்றொரு பொருளுக்கு மாற்றித் தனது திருப்தியை மிகைப்படுத்துவார். கூடுதலான டாலர் மதிப் புள்ள இரண்டு பொருள்களின் மதிப்பு வித்தியாச மில்லாவிடில் அவர்

அப்படிச் செய்யமாட்டார் இதுவும் முன்னைய முடிவைப்போல உள்ளது (ஒரு டாலர் மதிப்புள்ள பொருள் மற்ற பொருளின் மதிப்பைப் போல் கருதப்படும்). ஏனென்றால், அளவுகளைப் பவுண்டுகளில் இல்லாமல் டாலரில் அளந்தால், விகிதாச்சார விலை 1 : 1 ஆக இருக்கும். அப்படியானால் தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட சந்தைக் கூடைக்கான MRS 1 : 1 ஆக இருக்கும்.

இறுதி முடிவு அப்படிப்பட்ட பொது நோக்கிற்குக் குறைக்கப் பட்டால், சுயபொருள் சொற்கள் சமநோக்குக் கோடுகளைப்பற்றி-ஏன் எல்லாப் பகட்டுப் பொருளும் இறுதிநிலை விகிதாச்சாரப் பதிலீடு போன்றவை எல்லாம்-இரண்டு காரணங்கள் உள்ளன. முதலாவதாக, பொது அறிவிற்குப் பின்னர் மறைந்திருக்கும் பல ஊகங்களை உண்டாக்க கட்டாயப்படுத்தப்படுகிறோம், எப்போது பயன்படுத்தப்படவேண்டும் எப்போது கூடாது[1] என்பனபற்றிச் சிறந்த கருத்தைப் பெறுகிறோம். இரண்டாவது!, அவர்களின் பட்டியல் அளவின் மாற்றங்களுக்கு அல்லது அவர்கள் வாங்கும் பொருள்களின் விலைகளுக்கு நுகரவோர் களின் செயலின் ஆய்விற்கான ஓர் அடித்தளத்தை ஏற்படுத்தியுள்ளோம்.

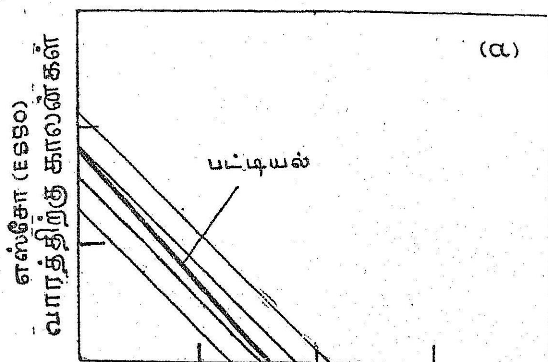
எடுத்துக்காட்டுகள்: பதிலீடுகளும் நிறைவுப்பொருள்களும்

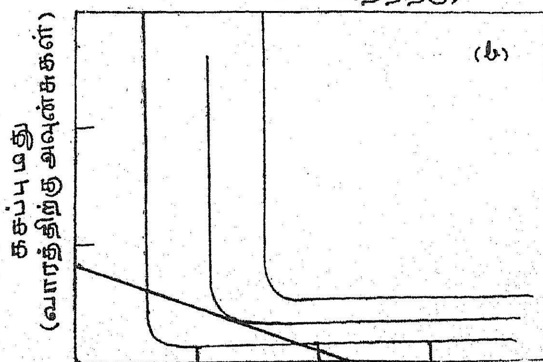
ஒரு சோடி எடுத்துக்காட்டுகள் இம் முறை ஆய்வு எப்படி வேலை செய்கின்றனவென்றும் எப்படிச் சமநோக்குக் கோடுகள் நுகர்வோர் களின் சுவையைப் பிரதிபலிக்கின்றனவென்றும் காட்டுகின்றன. வரை படம் 5—6-ல் மேலுள்ள படம் இருவிதமான கல் எண்ணெய்க்கான எனது சமநோக்கு வரைபடமாகும். நான் எந்தக் கல் எண்ணையை உபயோகிக்கிறேன் என்பதைப்பற்றிக் கவலைப்படுவதில்லை. எதாவது ஒரு தரத்தில் ஒரு காலன் இல்லாவிட்டால் அதற்குப் பதிலாக

[1] கவனிக்காதவற்றில் எடுகோள்களிலிருந்து வழுக்குவது எவ்வளவு சுலபம் என்பதைச் சுட்டிக் காட்டுகிறது. இங்கு மற்ற செலவுகளையும் ஆய்வதற்குப் பயன்படுத்தப்படுகிறது. (1) நிறைவு நிலை: ஒரு நுகர்வோர் இரண்டு கட்டுகளை ஒப்பிட்டு எது விரும்பத் தக்கது அல்லது அவை சமமான திருப்தியுடையவை என்று முடிவு செய்யலாம். எது விரும்பத்தக்கது என்று அவனுக்குத் தெரியாது. (2) செயப்படு பொருள் குணருவினை: A, B, C என்று மூன்று பொருள் கட்டுகள் இருந்தால், Bக்கு Aவையும், Cக்கு Bயை விரும்பும் நுகர்வோர், Cக்கு Aவையும் விரும்புவார். இது தெளிந்த முன்னேடியாக, நிலையான முடிவை எடுக்க இருக்கிறது. (3) தொடர்ச்சி: மூட்டைA, மூட்டை Bக்குப் பதிலாக விரும்பப்பட்டால், A-விருந்து ஒரு சிறிய அளவை எடுத்துவிட்டு, Bக்குப் பதிலாக மீதமுள்ளதை விரும்ப நேரிடும். எடுத்துக்காட்டாக, ஒரு குடிகாரனுக்குப் பொருந்தாது, அவன் ஒருகால் காலன் சாராயம் அல்லது சிறிதளவு கருந்திராட்சையை 31 அவுன்சு சாராயத்திற்கும் மிக ருசியுள்ள இரவு சாப்பாட்டிற்குப் பதிலாக விரும்பலாம்.

நுகர்வு விதியின் மிகக்கடுஞ் சோதனைக்கு நமது கம்பேனியன் வால்யூமையம் விலை முறையையும் இத் தொடரில் பார்க்கவும். மேலும் முழு விலாசத்திற்குப் பீட்டர் நியுமேனைப் பார். பரிவர்த்தனைக் கோட்பாடு அல்லது ஏதாவதொரு பொருளியல் கோட்பாட்டின் நடுத்தர நூலைப் பார்க்கவும்.

மற்றொன்றின் ஒரு காலன் வாங்கி அதே சமநோக்குக் கோட்டிற்கு வந்து சேரமுடியும். ஆகவே, சமநோக்குக் கோடுகள் இரண்டு அச்சு களுடன் 45° கோணத்தை உண்டாக்கும் நேர்க்கோடுகளாக இருக் கும். இவற்றில் நான்கு சமநோக்குக் கோடுகள் காட்டப்பட்டுள்ளன.





வரைபடம் 5—6

சில சிறப்பான சமநோக்குக் கோடுகள்: (a) நிறைவுப் பதிலீடுகளுக்கான, (b) தூய நிறைவுப் பொருள்கள்.

சமநோக்குக் கோடுகளைக் காட்டிலும் சிறிது செங்குத்தாக ஒரு வரவு செலவுப் பட்டியல் கோடு வரையப்பட்டுள்ளது. அது எஸ்ஸோவை விட அமோகோ (Amoco) சிறிது விலையுள்ளது என்பதைக் காட்டு கிறது. எந்த இடத்திலும் ஒரு சமநோக்குக் கோட்டுக்குத் தொடு

கோடாக இல்லை. ஆனால், ஒரு முனையில் உயர்ந்த சமநோக்குக் கோட்டுக்குப் பக்கத்தில் அடையப்படும். அது நான் எனது தொட்டியை எஸ்ஸோவால் நிறப்புவேன், அம்கோ வாங்கமாட்டேன் என்பதையும் காட்டுகிறது.

நான் ஒரு தர வகையை விரும்ப நேர்ந்தால், அஃதாவது அமோகோ, வரைபடம் ஒரு சிறிதளவு மாறுபட்டுக் காணப்படும் மற்றொரு வகையைவிட, அமோகோவுக்கு 10 சதவீதம் (சுமார் 3 சென்டுகள் ஒரு காலனுக்கு) கொடுக்க விரும்புவதாக வைத்துக்கொள்ளுவோம். அப்படியானால், ஒரு காலன் அமோகோவின் மதிப்பு 1.1 காலன் எஸ்ஸோவுக்குச் சமமாக இருக்கும். அல்லது ஒரு காலன் அமோகோ எனக்குக் கிடைக்காவிட்டால், 1.1 காலன் எஸ்ஸோவை வாங்கி அதே சமநோக்குக் கோட்டிற்குத் திரும்பலாம். சமநோக்குக் கோடுகள் செங்குத்தாக இருக்கும். ஆனால், அவை அப்போதும் நேர்க்கோடு[1] களாகவே இருக்கும். எனது ப்பாயை ஏதாவதொன்றால் நிரப்புவேன். தேர்வின் அளவைக்காட்டிலும் விலை வித்தியாசம் அதிகமாக அல்லது குறைவாக இருப்பதைப் பொறுத்துள்ளது. இந்த உதாரணத்தின் விளக்கத்தின் இரண்டாம் தர கல் எண்ணெய்களும் நிறைவுள்ள பதிலீடு கள் எனப்படும் (இரண்டாவது விளக்கத்தில் ஒரு காலன் அமோகோ விற்கு 1.1 காலன் எஸ்ஸோ ஒரு நிறைவுப் பதிலீடாகும்). நிறைவுப் பதிலீடுகளின் விளக்கக் குணம், அவற்றுக்கான இறுதிநிலை விகிதாச் சாரப் பதிலீடு இரண்டின் எல்லாச் சந்தைக் கூடைத் தொகுதிக்கும் அதுவேயாகும். இவ் வுண்மையின், படிப்பெண் மாதிரி இரண்டிற்கான சமநோக்குக்கோடு வரைபடம் ஒரு குடும்பத்தின் சமநோக்குக் கோடுகள். நுகர்வோர் ஒன்றின்மீது அல்லது மற்றவற்றின்மீது முழுப் பட்டியலைச் செலவிட நேரிடும். இலேசாக விலை விகிதாச்சாரம் மாறினால், திடீரென்று மாறுவது ஒரு பொருளாதார விளைவாகும்.

கீழ் வரைபடம் 5—6-ல் ஜின்மது, கசப்பு மதுவிற்கான எனது சமநோக்குப் படத்தைக் காட்டுகிறது. இவைதாம் பாராட்டு முறையான பொருள்கள் ஆகும், அஃதாவது, அவை குறிப்பிட்ட வீதத்தில் நுகரப் படுகின்றன. மாறியுள்ள 'L' உருவமான சமநோக்குக்கோடுகளால் அவை காட்டப்படுகின்றன. சரியான விகிதத்தில், எதிலும் அதிகம் குறைவற்று ஜின்மதுவும் கசப்பு மதுவும் வைத்திருந்தால், அதே சமநோக்குக் கோட்டில் என்னை இருக்கச் செய்யும். நான் ரசித்து நுகரும் விகிதாச்சாரம் விலை விகிதாச்சாரத்தில் கணிசமான மாற்றம் இருந்தாலும் அவை மாறா, பாராட்டுப் பொருள்களின் குணாதிசயங்கள் இவைதாம்.

1 கணிப்பாய்வுச் சார்ந்த நடைமுறை: இந்த நிலையில் சமநோக்குக் கோடுகள் படுகிடை அச்சுடன் ஒரு 45 டிகிரியை உண்டுபண்ணுகிறது.

நிறைவுப் பதிலீட்டுத் தன்மையும் நிறைவுப் பாராட்டுத் தன்மையும் நுகர்வோர்த் தேர்வின் புறக்கோட்டு அமைப்புகளாகும். முன்னால் குறுக்கப்பட்ட மெதுவான வரைபடக் கோடுகளைப்போல் பெரும்பாலான பொருள்கள் நடுநிலையில் தொடர்புபடுத்தப்படுகின்றன.

இப்போது நமது அடிப்படை வினாவிற்குப் பதில் அளித்துள்ளோம். கொடுக்கப்பட்ட பணத்தைப் பல பொருள்களில் செலவிட்டு உச்ச திருப்தியை அடைய ஒரு நுகர்வோர் எப்படிப் பிரித்து வாங்குவார்? அவரது MRS ஐ விலை விகிதாச்சாரத்திற்குச் சமப்படுத்த மாமிசம், காய்கறி என்ற இரண்டு பொருள்களைப் பயன்படுத்திய ஓர் உதாரணத்திலிருந்து பதில் வரவழைக்கப்பட்டது. (1) இப்போது மூன்று பொருள்களைச் செய்யவேண்டும். பல பொருள்கள் சம்பந்தப்பட்ட மிக உண்மையான நிலைக்கு அதைப் பொருத்திப் பார்ப்போம். (2) தனக்குக் கிடைக்கும் வருமானம் மாறினால், எப்படி நுகர்வோரின் செலவு பாதிக்கப்படும் என்பதைக் கேட்கவேண்டும். (3) பல பொருள்களின் சம்பந்தமுள்ள விலைகள் மாறினால், எப்படி அவனது வாங்கல்கள் பாதிக்கப்படும் என்பதையும் தெரியவேண்டும் (இக் கடைசி வினா இவ் வதிகாரத்தின் ஒரு மத்தியக் குறிக்கோளுக்கு நம்மை எடுத்துச் செல்லும். அஃதாவது தேவை வளைகோடுகளை வரப்பெறுதல்). இதைப் பற்றி ஒவ்வொன்றாக எடுத்துக்கொள்வோம். நமது எல்லா ஆய்வும் ஆரம்ப வினாவிற்குப் பதில் அளித்த விருத்தி செய்யப்பட்ட நேர்மைச் சாதனத்தைச் சார்ந்துள்ளன.

இரண்டிற்கு மேற்பட்ட பொருள்கள்

உண்மையில் திருமதி Xஓ, அல்லது மற்றொரு நுகர்வோரோ இரண்டுப் பொருள்களுக்குள் ஒரு தேர்வைப் பொருள்படுத்துவதில்லை. மேலே பார்த்த ஆய்வின் முக்கியத்துவம் என்னவென்றால், அங்கே ஏற்படுத்தப்பட்ட கருத்துகள் எத்தனைப் பொருள்கள் நுகர்வோர் முடிவில் சம்பந்தப்பட்டிருந்தாலும் கவலைப்படவேண்டியதில்லை. பொருள்களின் எந்த எண்ணிக்கைக்கும் ஒரு பட்டியல் ஒதுக்கப்படவேண்டுமானால், மொத்தப் பட்டியலும் எல்லாப் பொருள்களின் விலைகளாலும் ஒரு வரவு செலவுத் திட்டக்கோடு தீர்மானிக்கப்படுகிறது. சமநோக்குக் கோடுகளால் சந்தைக் கூடைகளின் நேர்ச்சியை விளக்கலாம். ஒவ்வொரு சந்தைக் கூடையில் பல பொருள்கள் எப்படிக் குறித்துக் காட்டினாலும் கவலையில்லை. ஒரு சந்தைக் கூடையின் பொருள்களின் ஒவ்வொரு ஜோடிக்கும் ஓர் இறுதிநிலை விகிதாச்சாரப் பதிலீடு உண்டு. ஓர் அறிவுள்ள தேர்வு செய்யப்படும்பொழுது ஒவ்வொரு ஜோடிக்கான MRS அவற்றின் விலைகளின் வீதாச்சாரத்திற்கும் சமமாக இருக்கும். இவையாவும் இரண்டு பொருள்களின்

நிலையில் ஆனால், இவ் வற்புறுத்தலுக்குப் பின்புறமான விவாதம் இரண்டிற்கு மேற்பட்ட பொருள்கள் சம்பந்தப்படும்பொழுது வான ஊர்தி நிலக் கணக்கியலின் ஒரு பிரச்சினைக்குக் குறைக்க முடியாது. இவ் விவாதம் புதிய தொழில் நுட்பமுறைகளை வேண்டி நிற்கிறபடியால், புதிய கருத்துகள் இல்லை, எப்படியிருந்தாலும் நாம் அதை ஒதுக்கி விடலாம்.

பட்டியலின் மாற்றங்களுக்கு மறுமொழி

இதுவரை கொடுக்கப்பட்ட விலைகளில் கொடுக்கப்பட்ட பட்டியலைப் பொருள்களில் செலவிட ஒரு நுகர்வோர் எப்படி அனுமதிக்கப்படுகிறார் என்பதைப் பார்த்தோம். இவ்விவரங்களின் மாற்றங்களுக்கு நுகர்வோர்கள் எப்படி மறுமொழி அளிக்கிறார்கள் என்பதைப் பார்ப்பது பொருளாதார ஆய்விற்கும் முக்கியமாகும். அதைப்பற்றி இனிப் பார்ப்போம். ஒரு பொருளில் நுகர்வோர் செலவிடும் தொகை, அவரிடமுள்ள மொத்தப் பணத்தை அஃதாவது அவரது பட்டியலைப் பொறுத்துள்ளது. அவர்களின் நுகர்ச்சிப் பட்டியல்களை மாற்றும் நுகர்வோரின் வருமானம் மாறும்பொழுது, பொருள்களுக்கான அவர்களின் தேவை வளைகோடுகள் பொருள் சந்தைகளின்மேல் முக்கியத் தாக்கலுடன் மாறும். முன்னேறிய செல்வ நாடுகளில் நுகர்வோர்கள், அவர்களின் பட்டியலைப் பிரித்தளிக்கும் விதம் ஏழைப் பின்தங்கிய நாடுகளின் நுகர்வோர்களிடமிருந்து வேறுபடுகிறது. செலவின் தன்மைகள் செலவுக் காலங்களில் உள்ளதுபோல் மந்தக் காலங்களில் இருப்பதில்லை. இப் பகுதி இந்த நிகழ்ச்சியை விளக்குகிறது.

ஒரே ஒரு வாங்கல் முடிவை இரண்டு பொருள்களுக் கிடையான ஒரு தேர்வு என நினைக்கலாம். உலகில் பல பொருள்கள் இருக்கும் பொழுது இஃது ஆச்சரியமாக இருக்கலாம். வாங்கல் முடிவைத் தெளிவாகப் பார்த்து என்ன பிரச்சினைகள் இருக்கின்றன என்பதைக் கவனிப்போம். நமது திருமதி X, எல்லா உணவுப் பண்டங்களில் செலவிடவும் 50 டாலர்கள் வைத்திருக்கிறாள் (மாமிசத்திற்கும் சேர்த்து) என்றும், அவள் இப்போது மாமிசக் கடைக்கு முன் நிற்கிறாள் என்றும் வைத்துக் கொள்வோம். மாமிசத்திற்கு அதிகப்படியாகச் செலவிட்டால், மற்ற பொருள்களுக்குக் குறைவாகச் செலவிடவேண்டும் என்ற ஐயம் ஏற்படுகிறது. அந்த நிலையில் அவள் இரண்டு பொருள் பிரச்சினையை எதிர்ப்படுகிறாள். அவ் விரண்டு பொருள்கள் மாமிசமும் மீதமுள்ள பணமுமாகும். பழக்கமான இரு பொருள் வரைபடத்தில் அதைக் காட்டலாம். MLO-வின் விலை அலகிற்கு 1 டாலர் என்பதை ஞாபகத்தில் வைத்துக்கொள்ளவேண்டும்.

இந்த நோக்கு நிலையில் இரு பொருள் வரைபடம் அவளது மாமிச வாங்கலில் திருமதி X-ன் பட்டியல் அனுமதியின் மாற்ற விளைவுகளைப்

பொருத்தலாம். வாங்கப்பட்ட மாமிசம் பவுண்டு எண்ணிக்கைகளை x-க்கும் MLO- வின் அளவை y-ம் திருமதி X-ன் மொத்தப் பட்டியல் B-உம் குறிக்கட்டும். ஒரு பவுண்டு மாமிசத்தின் விலையும் MLO-வின் ஓர் அலகும் ஒரு டாலராக இருப்பதால் திருமதி பட்டியல் கோடு,

$$x+y=B \quad \text{ஆகும்}$$

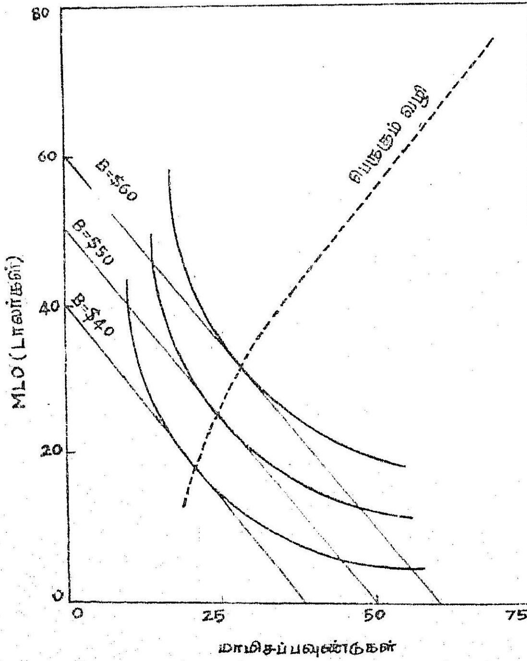
B-ன் மூன்று மட்டங்களுக்கான 40 டாலர்கள், 50 டாலர்கள், 60 டாலர்கள் வரைபடம் 5—7-ல் இக் கோடு காட்டப்பட்டுள்ளது. மூன்று பட்டியல் கோடுகளும் ஒன்றுக்கொன்று சமமாக இருக்கின்றன. ஏனென்றால், இரண்டு பொருள்களின் விலை விகிதாசாரத்தைக் கோட்டின் சாய்வு சார்ந்துள்ளது. செலவிற்கு[1]க் கிடைக்கும் பணத்தின் அளவை அன்று. வரைபடம்மூலம் செலவிற்குக் கிடைக்கும் தொகையின் ஒரு மாற்றம் பட்டியல்கோட்டை மேலும் கீழும் செங்குத்தாக நகர்த்துகிறது, வேறு ஒரு விளைவையும் ஏற்படுத்துவதில்லை.

திருமதி X-ன் உளமான தேர்வுகள் இப்போது தகுதியான பொருள்களாக இருக்கும். மாமிசம் MLO-வின் சமநோக்குக் கோடுகளால் வெளிப்படுத்தப்படுகிறது. நிச்சயமாக இருக்க, MLO ஒரு செயற்கையான அல்லது கலப்புப் பொருளாகும். MLO-வின் y டாலரின் விருப்பத் தன்மை, திருமதி X, y டாலருடன் வாங்கும் மாமிசத்தை தவிர்த்துச் சிறந்த உணவுத் தொகுதியின் விருப்பத் தன்மையாகும். இது நமது ஆய்வைப் பாதிக்காது. காய்கறிகளுக்கும் மாமிசத்திற்குமானதைப்போல் MLO-க்கும் மாமிசத்திற்குமான சமநோக்குக் கோடு அமைகிறது.

B-ன் விலை எதுவாக் இருந்தாலும், உயரத்தில் தொடக்கூடிய சமநோக்குக் கோட்டைத் தொடும் ஒத்த பட்டியல் கோட்டின் மேலுள்ள முனையைத் திருமதி X தேர்ந்தெடுப்பாள் (அவை தீர்மானிக்கும் மூன்று சமநோக்குக் கோடுகளும் நுகர்வுத் தேர்வுகளும் படத்தில் காட்டப்பட்டுள்ளன). திருமதி X, 40 டாலர்கள் வைத்திருக்கும்பொழுது $21\frac{1}{4}$ பவுண்டு மாமிசம் வாங்குகிறள். 50 டாலர் வைத்திருக்கும்பொழுது 25 பவுண்டுகளும், 60 டாலர்கள் வைத்திருக்கும்பொழுது 29 பவுண்டுகளும் வாங்குகிறள். இதரப் பட்டியல் வரையறைகளுக்கும் பட்டியல் கோடுகளை வரைய நினைக்கலாம் (எடுத்துக்காட்டாக 45 டாலர்கள்). அதற்கேற்ற மாமிச வாங்கல்களைத் தீர்மானிப்பதாகும், அப்படித் தீர்மானிக்கப்பட்ட முனைகளையெல்லாம் ஒரு கோட்டால் இணைக்கலாம்.

[1] மாமிசம் ஒரு பவுண்டு 1.25 டாலர் விலையானல், பட்டியல் கோடுகளின் சமன்பாடு $1.25\ x+y=B$ ஆகவும் பட்டியல் கோடுகளின் சாய்வு காட்டப்பட்ட ஒன்றிலிருந்து வேறுபட்டதாக இருக்கும். ஆனல் அந்த நிலையில் இதுவாக இருக்கும் என்று ஊகிக்கவில்லை.

மாமிச வாங்கல் எனப்படும் திருமதி X-ன் விரிவுப் பாதையின் இந்தக் கோடு, படத்தில் வரையப்பட்டுள்ளது. அவளுக்குக் கிடைக்கும் பட்டியலின் மாற்றங்களால் அவளது மாமிச வாங்கல்கள் எப்படிக் கவரப்படுகின்றன என்பதைக் காட்டுகின்றன.



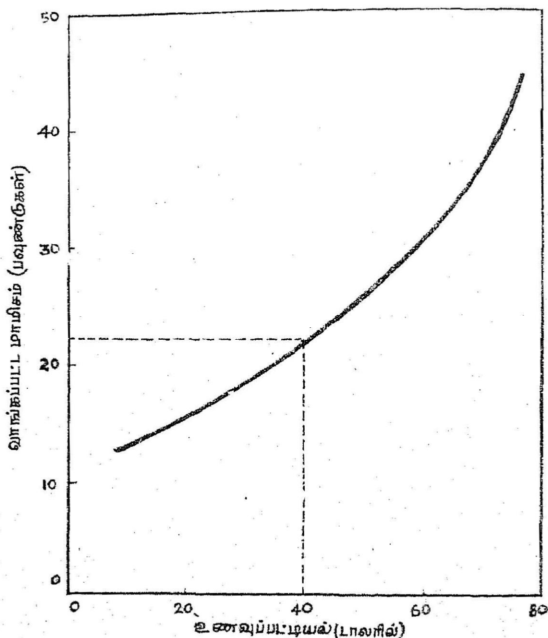
படம் 5—7

பல நுகர்வுப் பட்டியலின் விளைவுகள், பல மட்ட செலவுகளுக்கான பட்டியல் கோடுகள் ஒன்றுக்கொன்று சமமாக இருக்கின்றன. பல்வேறு பட்டியல் கோடுகளின்மேல் தேர்ந்தெடுக்கப்படும் முனைகளை விரிவுப்பாதை இணைக்கிறது.

வரையப்பட்டுள்ளதைப்போல் விரிவு வழி ஒரு கீழ் நோக்கிச் செல்லும் வளைவைப் பெற்றுள்ளது. இவ் உருவம் பகட்டுப் பொருள்களுக்கான விரிவு வழிவகளின் குணமாகும். ஏனென்றால், பட்டியலில் ஒவ்வொரு கூடுதலான ஒரு டாலர் அதிகரிப்பு முன்னருள்ள அதிகரிப்பைக்[1] காட்டிலும் அதிகமான விகிதாச்சாரம் மாமிசத்திற்குச் செலவிட வேண்டியிருக்கும் என்பதைச் சுட்டிக் காட்டுகிறது. ஓர்

[1] நீயே சரிபார்த்துக் கொள்: விரிவுப்பாதை படுகிடையாக இருந்தால், வருமானத்தின் முழு அதிகரிப்பும் மாமிசத்திற்குச் செலவிடப்படும்,

இன்றியமையாத பொருளுக்கான விரிவு வழி சுழன்று மேல்நோக்கிச் செல்லும். ஏனென்றால், ஒரு நுகர்வோரின் பட்டியல் மெதுவாக அதிகரிக்கும்பொழுது இன்றியமையாதவற்றில் செலவிடப்படும் கூடுதலான ஒவ்வோர் அதிகரிப்பும் குறையும். விரிவு வழி பின் நோக்கிச் செல்லவும் நேரிடும். அஃதாவது, பொதுவாக வடகிழக்கில் நகர ஆரம்பித்தாலும், இறுதியாக வடமேற்கில் காட்டும் வரைகோடு மேல்நோக்கிச் செல்லும் உயர்ந்த வருமானத்தில் சம்பந்தப்பட்ட பொருள் குறைவான வருமா



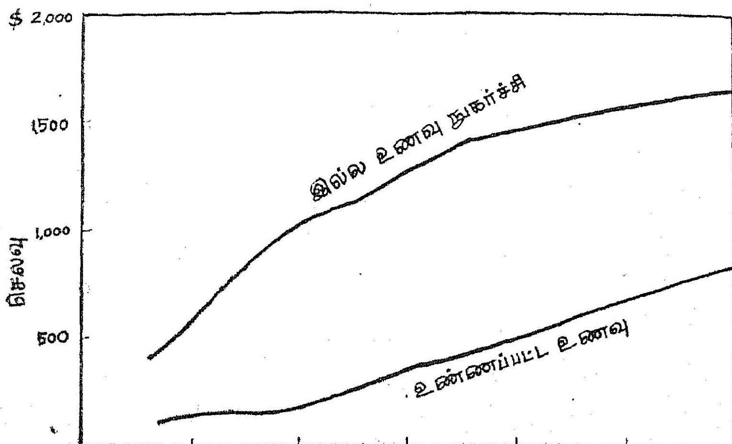
வரைபடம் 5—8

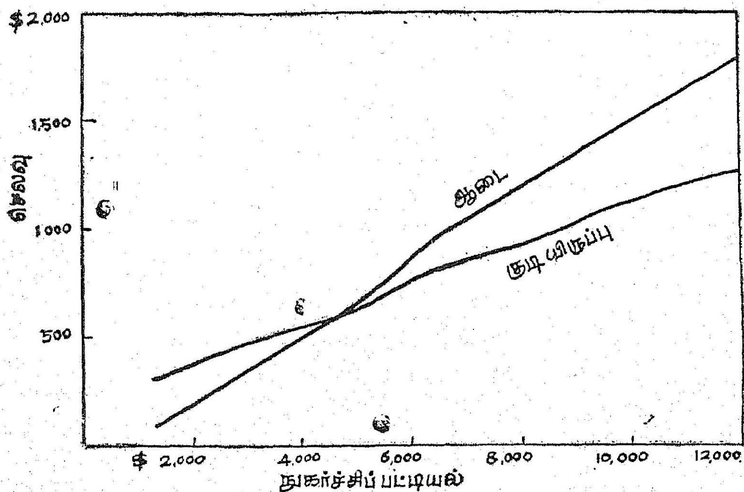
ஓர் எங்கல் வளைவு: உயர்ந்த நுகர்ச்சிப் பட்டியலுக்கான இப் பொருளின் நுகர்ச்சி உயர்ந்ததாக இருக்கும்.

னத்தைவிடக் குறைவாக வாங்கப்படும் என்பதைக் காட்டுகிறது. அப்படிப்பட்ட பொருள்கள் **கீழ்த்தரப் பொருள்கள்** எனப்படும். பழக்கமான எடுத்துக்காட்டுகள் மலிவான துணி ரகங்கள், சாதாரண மாமிச வெட்டிகள், சாதாரணச் சுற்றுலா இடங்களுக்குச் செல்லுதல் முதலியன அவற்றுள் சேரும்.

வரைபடம் 5—7 ஒரு நுகர்வோரின் விருப்பங்கள், சமநோக்குக் கோடுகள் விளக்கியதைப்போல், பல்வேறு நுகர்ச்சிச் செலவின்

மட்டத்தை அவர் வாங்குகிறுர் என்பதைத் தீர்மானிக்கிறது. இவ் வரைபடத்தில் மொத்தப்பட்டியல் அச்சுகளின் ஒன்றில்லையாகை



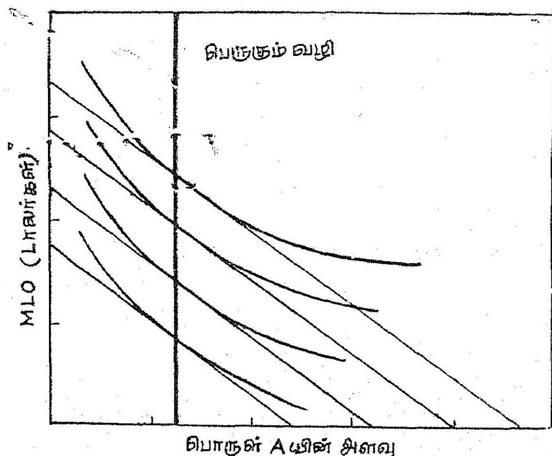


வரைபடம் 5—9

நான்கு முக்கியமான நுகர்வு வகைக்கான எங்கல் வளைகோடுகள் (மூலம் : நுகர்வோர் செலவுகள், வருமானம் $ 2000, சேமிப்புகள் ஆகியவற்றைப் பற்றிய கல்வி பென்சில்வேனியா பல்கலைக்கழகப் பதிப்பகம் 1957.

யால், அவற்றின் தொடர்பும் ஒரு குறிப்பிட்ட பொருளின் வாங்கலும் ஓர் 'எங்கல் வளைவு' (Engel Curve) என்ற மற்றொரு கோட்டுப்

படத்தில் தெளிவாகக் காட்டப்பட்டுள்ளது. வரைபடம் 5—7 ஐ ஒத்த எங்கல் வளைவு வரைபடும் 5—8 ல் காட்டப்படுகிறது. அதில் மொத்தப் பட்டியல் படுகிடையில் குறிக்கப்பட்டுள்ளது, வாங்கப் படும் மாமிச அளவு செங்குத்தாகக் காட்டப்பட்டுள்ளது. எடுத்துக் காட்டாக, $21\frac{1}{4}$ பவுண்டு மாமிசம் வாங்கல் 40 டாலர் உணவுப் பட்டிய லுக்கேற்பக் காட்டப்பட்டுள்ளது, வரைபடம் 5—9 அமெரிக்காவின் நுகர்ச்சிப் பழக்கவழக்கம் ஓர் ஆய்வைச்சார்ந்த எங்கல் வளைவுகளைக் காட்டுகிறது. வீட்டில் நுகரப்பட்ட உணவிற்கான வளைகோடு இன்றி யமையாதவற்றின் குணவடிவை விளக்குகிறது. சாப்பிடப்பட்ட சாப் பாட்டிற்கான வளைகோடு பகட்டுப் பொருள்களின் வாங்கல்கள் குறிப் பிடத் தக்கதாக இருக்கிறது.



வரைபடம் 5—10

ஓர் உணர்ச்சியாய்வு சமநோக்குப் படம்: வருமானம் எப்படியிருந்தாலும் நுகர்வோர் அதே அளவுப் பொருளை வாங்குகின்றனர்.

ஒரு குறிப்பிட்ட பழக்கம் வரைபடம் 5—10-ல் விளக்கப்பட்டுள்ளது. மிக வளர்ந்துள்ள பொருளாதார ஆய்விற்குத் தகுந்த நிலையாக இருக்குமென்பதால் இதைச் சேர்த்துள்ளோம், உள சம்பந்தமாக அர்த்தமற்ற சமநோக்குக் கோட்டுப்படங்களை வரையமுடியும் என்ப தையும் காட்டுகிறது. இப் படத்தில் பாக்கியுள்ள பணம் (Money left over-MLO) செங்குத்துக் கோட்டிலும் A என்ற பொருளின் அளவு படுகிடைக்கோட்டிலும் குறிக்கப்பட்டுள்ளது. சமநோக்குக் கோடுகள் இணையானவை. அவை ஒவ்வொன்றின் செங்குத்து இடப் பெயர்ச்சி யாகும். சமநோக்குக் கோடுகளுக்கு ஏதுவான பட்டியல் கோடுகள் காட்டப்பட்டுள்ளன, சமநோக்குக் கோடுகள் இணையாக இருப்பதால்,

பொருள் A-ன் அதே அளவில், மற்றவற்றைப்போல் பட்டியல் கோடுகளில் ஒவ்வொன்றும் ஒரு சமநோக்குக் கோட்டுக்குத் தொடுவரையாக இருக்கிறது. இந்த நுகர்வோர், அவர்களுடைய வருமானம் எவ்வளவாக இருந்தாலும் பொருள் A-யின் அதே அளவை வாங்குகிறார். அவரது விரிவு வளைகோடு ஒரு செங்குத்துக் கோடாகவும், இப் பொருளுக்கான அவரது எங்கல் வளைகோடு ஒரு படுகிடைக்கோடாகவும் இருக்கின்றன. அங்கு இதுபோன்ற நுகர்வோரோ அல்லது பொருளோ இல்லை.

விலை மாற்றங்களுக்கு மறுமொழி: தேவை வளைகோடுகள்

ஒரு பொருளின் விலை ஏறும்பொழுது நுகர்வோர்கள் அப் பொருளைக் குறைவாகப் பயன்படுத்துவார்கள் என்பதும் விலை குறையும்பொழுது அதிகமாய்ப் பயன்படுத்துவார்கள் என்பதும் இயல்பு. பெரும்பாலான பொது முடிவுகளைப்போல் இதுவும் உண்மை, ஆனால் எப்போதும் அப்படியன்று. நாம் விருத்தி செய்து கொண்டிருக்கும் கருத்துகள் ஏன் என்பதை அறிய ஆழ்ந்து சிந்திக்கத் தூண்டுகிறது.

வரைபடம் 5—11 மாமிசத்திற்கும் பாக்கியுள்ள பணத்திற்குமான (MLO) திருமதி X-ன் சமநோக்கு வளைகோடுகளை மறுபடியும் காட்டுகிறது, உணவிற்கான 50 டாலர் ஒரு மொத்த செலவிற்கேற்ற மூன்று வரவு செலவுப் பட்டியல் கோடுகள் காட்டப்பட்டுள்ளன. 'p = $1' என்று காட்டப்பட்டுள்ள ஒன்று ஏற்கெனவே தெரிந்தது. அது தான் மாமிசம் ஒரு பவுண்டு 1 டாலர் விலையுள்ளதற்குப் பொருந்துகின்றதும், சூத்திரத்தை ஒத்துள்ளதுமாகும்.

$$x + y = 50$$

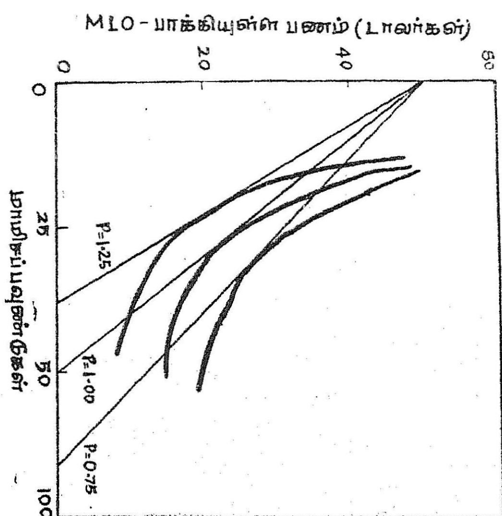
உயர்ந்த ஒன்று ஒரு பவுண்டு மாமிசம் 75 சென்டு விலையுள்ளதற்கேற்றதாகும். அதன் சூத்திரம்,

$$.75\,x + y = 50$$

கீழ்க்கோடு மாமிசம் ஒரு பவுண்டு 1.25 டாலர் விலையுள்ளதற்குப் பொருந்தும் (அதன் சூத்திரம் என்ன?) இம் மூன்று வரவு செலவுப் பட்டியல் கோடுகளும் மாமிசமற்றதற்கான MLO, 50 டாலர் முனையிலிருந்து உருவாகும் ஒரு கூம்பாகும் என்பதைக் கவனி. அப் பொருளில் முழு வரவு செலவுப் பட்டியலையும் செலவிட்டால், வாங்கப்படும் மாமிச அளவை மற்றக் கோடுகளின் முடிவுகள் காட்டுகின்றன. மாமிச விலை அதிகரிப்பின் மதிப்பெண் விளைவு, வரவு செலவுப்பட்டியல் கோட்டைச் செங்குத்தாகவும், அதன் இடப்புற முனையைச் சுற்றிக் கொண்டிருக்கவும் ஏற்படுத்தப்படுகிறது.

திருமதி X, மாமிசக் கடையில் நிற்கும்பொழுது மாமிச விலையை மனத்தில் வைத்து, மற்றவற்றையும் கவனித்து அவள் தீர்மானிக்கிறாள்.

அங்குள்ள மாமிசத்தின் ஒவ்வொரு விலைக்கும், நாம் பார்த்ததைப் போல் ஒரு வரவுசெலவுப் பட்டியல் கோட்டை ஒத்துள்ளது. மேலும் (நிச்சயமாகக் கோட்டுப்படத்தைச் சிந்திக்காமல்) உயர்ந்த தொடக் கூடிய சமநோக்குக்கோட்டைத் தொடும் அவ்வரவு செலவுப் பட்டியல்



வரைபடம் 5—11

ஒரு விலை மாற்றத்தின் விளைவு: ஒரு பொருளின் விலை மாற்றம் வரவு செலவுப் பட்டியல் கோடுகளின் சாய்வை மாற்றுகிறது. சமநோக்குக் கோடுகளுக்கும் வரவு செலவுப் பட்டியல் கோடுகளுக்கும் தெளிவாக இல்லாவிட்டாலும், உள்ள தொடு முனைகளால் வாங்கலின் விளைவு காட்டப்பட்டுள்ளது.

கோட்டின் முனையைத் தேர்ந்தெடுப்பாள். மாமிசத்தின் மூன்று விலைகளுக்கேற்ற சமநோக்குக் கோடுகளும் முடிவு முனைகளும் படத்தில் காட்டப்பட்டுள்ளன. திருமதி X-ன் தீர்மானம் நமது நோக்கிற்கிணங்க உள்ளது. 1.25 டாலர் விலையில் 23 பவுண்டுகளையும், ஒரு பவுண்டு ஒரு டாலர் விலையில் 25 பவுண்டுகளும், பவுண்டு 75 சென்டுகள் விலையில் 29 பவுண்டுகளையும்[1] வாங்குகிருள்.

ஒரு பொருளின் விலை அதிகரிப்பு, ஒரு நுகர்வோரின்மேல் இரண்டு விளைவுகளை ஏற்படுத்துகிறது. அவை வருமான விளைவும் பதிலீட்டுப்

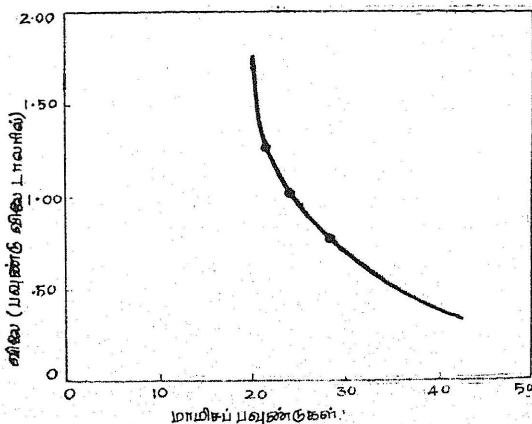
1 இம் முடிவு அவசியமற்றது. திருமதி X, பவுண்டு ஒரு டாலராக இருக்கையில் வழங்குவதைக் காட்டிலும் பவுண்டு 75 சென்டுகளாக இருக்கையில் குறைவாக வாங்குவதற்கேற்ப எளிதாகச் சமநோக்குக் கோடுகளை வரையலாம்

பயனும் ஆகும். செங்குத்தான வரவு செலவுக் கோடுகளுக் கேற்ப, உயர்வான மாமிச விலைகள் திருமதி X ஐக் கீழுள்ள சமநோக்குக் கோடுகளுக்குச் செல்லத் தூண்டுகிறதென்பதால் வருமான விளைவு விளக்கப்படுகிறது. அவளது பட்டியலில் ஒரு குறையைப்போல அஃது உள்ளது. உண்மையில் அவளை ஏழ்மையாக்குகிறது. மலிவுப் பொருள் களுக்கப்பால், பட்டியலில் ஒரு குறைப்பு ஒரு பொருளின் நுகர்வைக் குறைக்கத் தூண்டுகிறதென்பதைத் தெரிந்துள்ளோம். பதிலீட்டுப் பயன், விலை அதிகரிப்பதைப்போல் வரவு செலவுப் பட்டியல் கோட்டின் அதிகரிப்புச் செங்குத்திலிருந்து எழுகிறது. மாமிசத்திற்கான MLO வின் MRS மாமிச விலைக்குச் சமமாக இருக்கும் (MLO வின் விலை எப்போது 1). அவளது வரவு செலவுப் பட்டியல் கோட்டின் முனையை இந்த நுகர்வோர் தேர்ந்தெடுப்பார் என்பது நமக்குத் தெரியும். மாமிசத்தின் விலை ஏறினால், தேர்வு முனையில் மாமிசத்திற்கான MLO வின் MRS-ம் ஏறும். ஆனால் நாம் சம நோக்குக் கோட்டின்மேல் அல்லது வரவு செலவுப்பட்டியல் கோட்டின்மேல் இடமாக நகருவதைப் போல், அஃதாவது குறைவான மாமிசம் வாங்கும் திசையில் MRS அதிகரிக்கிறது. இப்படியாக, ஒரு பொருளின் விலை அதிகரிப்பு இரண்டு வழிகளில் வாங்குவதைக் குறைக்கத் தூண்டுகிறது. முதலில், ஒரு கீழுள்ள சம நோக்குக் கோட்டுக்கு நூதன நுகர்வோரைத் தள்ளு கிறது. இரண்டாவதாக, அதற்காக மற்றவற்றைப் பதிலீடு செய்யும் படியாக நுகர்வோரைத் தூண்டுகிறது, அடையக்கூடிய[1] உயர்ந்த சம நோக்குக் கோட்டின்மேல் இடப்புறமாக நகருவதால் குறிக்கப்படுவ தைப்போல் உள்ளது.

வரைபடம் 5—11-ல் விலைக்கும் வாங்கப்படும் அளவுக்குமுள்ள தொடர்பைத் தெளிவாகக் காட்டவில்லை, ஏனென்றால், வரவு செலவுத் திட்டக்கோட்டில் சாய்வால் விலை சுட்டிக் காட்டப்படுகிறது. ஆனால், அதே விவரம் வரைபடம் 5—12-ல் உள்ளதுபோல் விளக்கப்படலாம். அதில் விலைகளைச் செங்குத்தாகவும், அந்த விலையில் திருமதி X ஒரு விலையில் வாங்குவதையும் குறித்துக் காட்டலாம். எடுத்துக்காட்டாக, ஒரு பவுண்டு 1.25 டாலராக இருக்கும்பொழுது, திருமதி X 23 பவுண்டு மாமிசத்தை வாங்குவாள் என்பதை வரைபடம் 5—11 காட்டுகிறது. இவ் விவரம் மூன்று உயர்ந்த வற்புறுத்தப்பட்ட முனைகளால் வரை படம் 5—12 காட்டப்பட்டுள்ளது. வரைபடத்தில் பவுண்டு ஒரு டாலருக் கான வரவு செலவுத் திட்டக்கோடு அந்த விலையில் திருமதி X 25

[1] மலிவுப் பொருள்களில், (வருமான விளைவு) விளைவின் அதிகரிப்பின் முதல் விளைவு அப்பொருளின் நுகர்வை அதிகரிக்கும். உச்ச நிலையில் இஃது இரண்டாவது (பதிலீட்டுப் பயன்) விளைவு உயர்ந்ததாயிருக்கும். இது வாங்குவதில் ஓர் அதிகரிப் பிற்கு எப்படி விலை அதிகரிப்பு எடுத்துச் செல்கிறதென்பதாகும். சம்பந்தப்பட்ட பொருள் மலிவுப் பொருளாகவும், வருமான விளைவு பகுதியாக உள்ள நுகர்ச்சியின் ஒரு முக்கியமான அம்சமாகவும் இருக்கும்.

பவுண்டுகளை வாங்குவாள் என்பதைக் காட்டுகிறது. இச் செய்தி வரைபடம் 5—12-ல் பொருத்தப்பட்டு மத்திய வற்புறுத்தப்பட்ட முனையால் காட்டப்பட்டிருக்கிறது. இம் முறையில், வரைபடம் 5—11-ன் நிகழும் ஒவ்வொரு வரவு செலவுப்பட்டியல் கோடும் வரைபடம் 5—12-ல் ஒரே ஒரு முனைக்கு ஏதுவாகிறது. அந்த வரவு செலவுப் பட்டியல் கோட்டிற்கேற்ப அந்த விலையில் திருமதி X எவ்வளவு மாமிசத்தை வாங்குவாள் என்பதை அம்முனை காட்டுகிறது. எல்லா இம் முனைகளும் சேர்க்கப்படும்பொழுது, மாமிசத்திற்கான திருமதி X-ன் தேவை வளை கோடு வெளிப்படுகிறது. விலை அதிகரிக்கும்போது அவள் வாங்கும் அளவு எப்படிக் குறைகிறது என்பதைத் தெளிவாகவும், பல்வேறு நிகழும் விலைகளில் அவளது முடிவுகளைத் தீர்மானிக்கும் பொருளாதார, உள சம்பந்தமான விவரங்களைச் சுருக்கியும் காட்டுகிறது.



படம் 5—12

விலைக்கும் வாங்கப்படும் அளவுக்குமுள்ள தொடர்பைக் காட்டும் தேவை வளைகோடு.

சந்தைத் தேவை வளைகோடுகள்

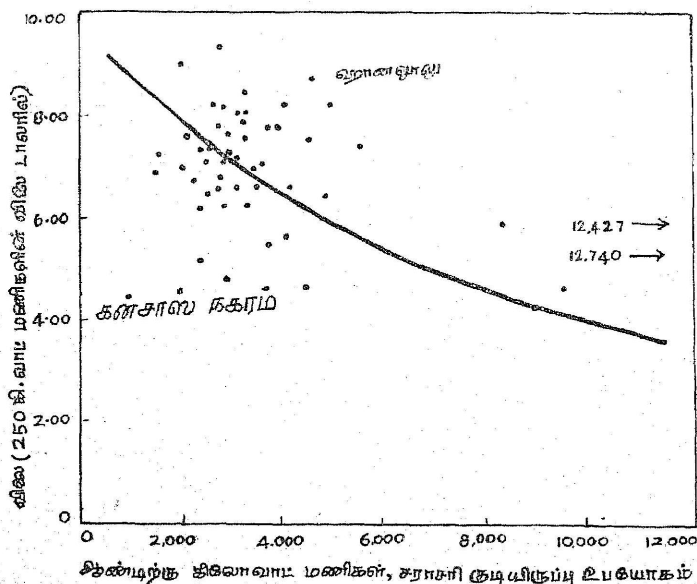
திருமதி X-க்கு அது போதும். அவளது வாங்கும் முடிவுகளைத் தெளிவாக ஆராய்ந்தோம். ஆனல் அவளது குடும்பத்தைத் தவிர அவை செயல் முறைக்கு அவ்வளவு முக்கியமானவையன்று, மாமிசத்தை வாங்கும் திருமதி Y, திருமதி Z மற்ற எல்லாப் பெண்களும் (பாத அணிகள், அரக்கு) சமநோக்குக் கோடுகளைப் பெற்றுள்ளார்கள். அதிலிருந்து அவர்களுடைய தனிப்பட்ட தேவை வளைகோடுகளைத் தீர்மானிக்கலாம். தனி நிறுவனங்களின் அளிப்பு வளைகோடுகள்

ஒன்று சேர்ந்து ஒரு சந்தை அளிப்பு வளைகோட்டை ஏற்படுத்துவது போல் தனிப்பட்ட தேவை வளைகோடுகள் சேர்ந்து ஒரு சந்தைத் தேவை வளைகோட்டை உண்டாக்குகின்றன. எடுத்துக்காட்டாக, ஒரு பவுண்டு 1.25 டாலராக இருக்கும்போது திருமதி X 23 பவுண்டு மாமிசம் வாங்குவாள் என்பது நமக்குத் தெரியும். திருமதி Y-ன் கணவர் உருளைக்கிழங்கை விரும்பாதவர். ஆகையால், 25 பவுண்டு மாமிசத்தை அந்த விலையில் வாங்குவாள் என்றும், திருமதி Z கஞ்சத் தனத்துடன் 22 பவுண்டு வாங்குவாள் என்றும், இவை மூன்றும் சந்தையை உருவாக்குகின்றனவென்றும் எண்ணுவோம். விலை 1.25 டாலராக இருந்தால், சந்தைத் தேவை 70 பவுண்டுகளாகும். அதைப் போல் விலை 1 டாலராக இருந்தால், திருமதி X 25 பவுண்டுகள் வாங்குவாள். திருமதி Y, 26 பவுண்டுகள் வாங்கினுல், திருமதி Z, 24 பவண்டுகள் வாங்கினுல் மொத்த சந்தைத் தேவை ஒரு டாலர் விலையில் 75 பவுண்டுகளாக இருக்கும். அப்படியாகத் தொடர்ந்து, அந்த விலையில் தனிப்பட்ட நுகர்வோர்களின் தேவைகளைச் சேர்ப்பதன் மூலம் ஒவ்வொரு நிகழும் விலையிலும் சந்தைத் தேவையைத் தீர்மா னிக்கலாம். குறிவரைமூலம் விளக்கம் செய்தால், நாம் நினைத்த சந்தைத் தேவை வளைகோடு கிடைக்கும்.

இப்போது ஓர் உண்மையான தேவை வளைகோட்டைப் பார்க்க வேண்டும். ஒரு பொருளுக்கான தேவை வளைகோட்டை ஏற்படுத்து வது முடியாத காரியம். அஃதாவது தனிப்பட்டவர்களின் வரவு செல வுப்பட்டியல்கள், சம நோக்குப் படத்தின்மூலம் அதைத் தீர்மானிப்பது சுலபம் அன்று. உண்மையில் சந்தையின் கடந்த கால நடப்பு களைச் சேகரித்து (விதிக்கப்பட்ட விலைகள், விற்கப்பட்ட அளவுகள் மற்றும் இதர விவரங்கள்), அதிலிருந்து புள்ளி விவர ஆய்வுகளால், தேவை வளைகோடு எப்படி யிருக்கவேண்டுமென்பது பெறப்படுகிறது.

வரைபடம் 5—13- ஒரு விரிவான விவரங்களற்ற உண்மையான தேவை வளைகோட்டிற்குச் சமமானதாக உள்ளது. அமெரிக்காவில் 53 பரந்த சமுதாயத்தின் வீட்டு உபயோகத்திற்கான மின்சக்தியின் நுகர்வையும் விலையின் விவரத்தையும் காட்டுகிறது. ஒவ்வொரு புள்ளியும் ஒவ்வொரு சமுதாயத்திற்கான விவரத்தைக் காட்டுகிறது. உதாரணமாக 'ஹானலுலு' என்று குறிக்கப்பட்ட அந்த நகரத்தில் ஒரு மாதத்திற்கு 250 கிலோவாட் மணிகள் 8.52 டாலராகும், ஒரு மாதிரியான வீடு ஆண்டிற்கு 5084 கிலோ வாட்டை நுகர்கிறது. மற்ற ஒவ்வொரு புள்ளியும் மின் சக்தியின் விலையைக் காட்டுகிறது. ஒரு மாறுபட்ட சமுதாயத்திற்கான சராசரி ஆண்டு உபயோகத்தையும் காட்டுகிறது.

வரைபடம் 5—12-ல் உள்ளதைப்போல் மெதுவான முறையான வளைகோடாக இருக்காது. ஒரு குடும்பத்தின் மின் சக்தி உபயோகம் மின் சக்தி விலையுடன் சேர்ந்து மற்ற காரணங்களால் கவரப்படுகிறது. அவை, குடும்ப வருமானம், குழந்தைகள் எண்ணிக்கை, வீட்டின் பருமன், மின் சாதனங்களின் எண்ணிக்கை, அவை போன்ற மற்ற



வரைபடம் 5—13

மின் சக்திக்கான தேவை வளைகோடு. மின் சக்தியைப்போல் மலிவான ஒரு தேவையிலும் விலை அதிகரித்தால் நுகர்வோர் குறைவாகப் பயன்படுத்துவார்கள் (மூலம்: கூட்டு அரசு மின் குழுவின் அறிக்கை).

வையும் கவர்கின்றன. நமது முடிவிற்கு மின்சக்தியின் விலை எந்த வேறுபாட்டையும் கொடுக்காததைப்போல் இதரக் காரணிகள் மிக முக்கியமானவையாகும். ஒரு நகரத்தில் சராசரி மின்சக்தி உபயோகம் ஒவ்வோரு வருமான வகுப்பிலுள்ள குடும்பங்களின் விகிதாச்சாரங்களாலும், பல அளவுள்ள குடும்பங்களின் விகிதாச்சாரங்களாலும், வீடுகளில் வாழும் விகிதாச்சாரங்களாலும், வேறுபட்ட அறை அளவுகள், தட்பவெப்பம், வீட்டு வாயுவின் விலை, மின்சக்தியின் விலையோடு மற்ற நிலமைகளாலும் பாதிக்கப்படுகின்றன. இப் புள்ளிகள் எல்லா இடங்களிலும் பரந்திருப்பதில் வியப்பில்லை. நிறை புள்ளி விவரங்கள் மின்

சக்தி விலையின் வேறுபாடுகளின் விளைவை வெளிப்படுத்தத் தேவைப் படுகின்றன. இருந்தாலும் இச் சிக்கலான காரணிகள் சராசரிப்படுத்த இவ்வுருவம் பயன்படுகிறது. சக்தி குறைவான விலையாக இருக்கும் போது அதிகமாய் உபயோகிக்கவேண்டும் என்ற எண்ணம் ஏற்படு கிறது. 250 கிலோ வாட் மணிகளின் விலை 9 டாலருக்குப் பக்கத்தில் இருக்கையில் எந்த ஒரு நகரத்திலும் ஆண்டிற்கு வீட்டிற்கு 3000 கிலோ வாட் மணியை உபயோகிக்கவில்லை. விலை 5 டாலருக்கும் குறைவாக இருக்கும் ஒரு நகரத்தில் ஆண்டிற்கு 4000 கிலோவாட் மணியைவிடக் குறைவாகப் பயன்படுத்துகிறார்கள். அந்த இடம் கன்சாஸ் நகரமாகும். அங்கு இயற்கை வாயு மிகவும் மலிவாக உள்ளது.

விலை குறைவாக இருக்கும் இடத்தில் அதிகமான சக்தியை உபயோகிப்பார்கள் என்பதைப் புள்ளிகளின் கூட்டத்தின் வழியாக வரையப்பட்டுள்ள வளைகோடு காட்டுகிறது. சராசரியாக ஒவ்வொரு மில் விலை அதிகரிப்பிற்கும் ஆண்டிற்கு 385 கிலோவாட் மணி நுகர்வு குறைகிறது என்பதைக் காட்டுகிறது. அதன் மூலமாக நமது கோட்பாடு, ஒரு பொருளின் விலை வாங்கும் முடிவிற்கான ஒரு முக்கியமற்ற துணுக்காகும் என்பது வியப்பாக இருக்கும்.

ஒரு பழைய நோக்கு: இறுதிநிலைப் பயன்பாடு

நாம் வழங்கிய நுகர்வோர் முடிவுகளின் ஆய்வு நவீனப் பொருளாதாரத்தில் வழக்கிலிருக்கும் ஒன்றாகும். அது பழக்கமானதும் போதிய அளவு மதிப்புள்ளதுமான பழைய நோக்கிற்கு உதவுகிறது. அப் பழைய நோக்கு நுகர்ச்சியைப்பற்றி எண்ணுவதில் தவிர்க்க முடியாததாக உள்ளது. ஜெரமி பெந்தாமின் பயன்பாட்டுத் தத்துவத்திலிருந்து வழிவந்த இப் பழைய கருத்தின் மத்திய அனுமானம் என்னவென்றால், ஒரு சந்தைக் கூடையிலிருந்து நுகர்வோர் பெறும் திருப்தி உண்மையாக அளக்கக்கூடியது. அதுதான் பயன்பாடு என்பதாகும். நுகர்வோர் இயல்பாக அவரது பணத்திற்கு மிகையான பயன்பாட்டைத் தரக் கூடிய சந்தைக் கூடையைத் தேர்ந்தெடுப்பார்.

நமது சம நோக்கு வளைகோட்டை ஆய்விற்குத் திருப்பிப் பார்த்தால், ஒவ்வொரு சமநோக்குக் கோடும் அதே அளவு பயன்பாட்டை அளிக்கும் சந்தைக் கூடைகளைக் குறிக்கும். நுகர்வோர் முடிந்த மட்டும் உயர்ந்த சமநோக்கு வளைகோட்டை அடைய முயற்சிக்கும் பொழுது, அவரது வாவு செலவுப் பட்டியலுக்குக்கேற்ப மிக அதிகமான பயன்பாட்டைப் பெற முயலுகிறார்.

பல்வேறு சம நோக்கு வளைகோடுகளின் பல சந்தைக் கூடைகளை ஒப்பிடும்பொழுது இரு அணுகல் முறைக்குமுள்ள வித்தியாசம் தெரி

கிறது. வரைபடம் 5—5ஐ ஆராயும்பொழுது சமநோக்கு வளைகோடு 2-ன் ஒவ்வொரு சந்தைக் கூடையும் சமநோக்குக்கோடு 3-ன் சந்தைக் கூடைக்குப் பதிலாக விருப்பப்படுகிறது என்று மட்டும் கூறினோம். ஆனால், பயன்பாட்டுக் கருத்து அதைவிட அதிகமாய்க் கூறுகிறது. அதன்படி சமநோக்குக்கோடு 2-ன் ஒவ்வொரு சந்தைக்கூடையும் ஒரு குறிப்பிட்ட அளவு பயன்பாட்டை அளிக்கிறது (அஃதாவது ஒரு குறிப்பிட்ட எண்ணிக்கையை). அதைப்போல் சமநோக்குக்கோடு 3-ன் ஒவ்வொன்றும் இரண்டு வளைகோடுகளுக்கேற்ற பயன் எண்ணிக்கைகளுக்குமுள்ள வேறுபாடு சமநோக்குக்கோடு 3 ஐ விடச் சமநோக்குக் கோடு 2 எவ்வளவு அதிக வித்தியாசமுடையது என்பதை அளந்து கூறுகிறது. அப்படிப்பட்ட ஒரு ஒப்பீட்டைப்பற்றிச் சமநோக்குக்கோடுகள் அமைதியாக இருந்துவிட்டன. ஆகையால் முக்கியமான பிரச்சினை என்னவென்றால், ஒரு சமநோக்குக் கோடு அல்லது சந்தைக் கூடை மற்றொன்றைவிட எவ்வளவு உயர்ந்தது என்பதைப்பற்றியதாகும். பயன் முறைக் கோட்பாட்டாளர்கள் உண்டு என்கிறார்கள். நவீனப் பொருளியல் அறிஞர்கள் இல்லை என்கிறார்கள்.

பயன்பாட்டுமுறையில் சில உண்மைகள் இருக்கின்றன. சில சமயம் Bஐவிட, Aஐ அதிகமாகவும், Cஐவிட, Bஐ அதிகமாகவும் விரும்புகிறோம் என்பது எல்லாருக்கும் தெரியும். ஆயினும், ஏன் பொருளியல் அறிஞர்கள் அப்படிப்பட்ட ஆழ்ந்த உணர்ச்சிகளின் அல்லது தேர்வுகளின் வித்தியாசத்திற்குக் கவனம் செலுத்துவதில்லை? ஏனென்றால், அப்படியாக அவர்கள் எல்லா உருவம் கொடுக்கும் முயற்சிகளையும் எதிர்த்துள்ளார்கள். ஒரு நுகர்வோர் Aஐத் தேர்ந்தெடுத்தால், B-ஐத் தாங்கிக்கொள்ளும் பொழுது, Bஐவிட Aஐ அதிகமாய் விரும்புகிறார் என்பது தெரிகிறது. ஆனால், எவ்வளவு அதிகமாய்[1] விரும்புகிறார் என்பதைக் காட்ட ஒன்றும் இல்லை. நுகர்வோர்களின் முடிவுகளைத் தேர்வின் ஆழத்தை அளக்காமல் விளக்க முடியுமாகையால், அதைவிடச் சாதுவான வழியைப் பின்பற்றி நன்மை அடையலாம்.

இக் கருத்தை ஒரு விநாடி விட்டுவிட்டுப் பயன்பாட்டை எண்ண முடியும்; அளக்க முடியும் என்பதை ஏற்றுக்கொள்வோம். அப்படி

[1] Bக்குப் பதிலாக Aஐ எவ்வளவு விரும்புகிறார் என்பதை அவர் செலவிட விரும்பும் தொகையை ஒப்பிட்டு அளந்துவிட முடியும் என்று தோன்றுகிறது. ஆனால், இது பயன் அளிக்காது. உதாரணமாக, ஒருவர் Aக்கு Bஐ விட 3 டாலர் அதிகமாகத் தரத்தயாராக இருக்கிறார் என்பது இறுதிநிலை பதிலீட்டு வீதத்தைக் காட்டுகிறது. அஃதாவது Aயின் நன்மை Bயை விட 3 டாலர் மதிப்புள்ளது. செலவிடப்படாத டாலரின் பயனின் எண்ணிக்கை தெரியாவிட்டால், MRSஐ முழுப் பயன் அளவாக மாற்றமுடியாது. ஆனால் டாலர் கொடுக்கும் பயனைக் கண்டறிய ஒரு வழிகிடையாது. நுகர்வோரின் வருமானம் 10 மடங்கு அதிகரித்தால், அவரது மகிழ்ச்சி 10 மடங்கு அதிகரிக்கும் என்பது அர்த்தமற்றது. பணத்தை வைத்துப் பயனை அளவிடக் கூடாது. அதே போல் மற்ற அளவுக்கோல்களுமாகும்.

யாலும், சமநோக்குக் கோடுகளின் நுணுக்க முறைகள் நமக்குத் தேவையில்லை. ஆனால், இரண்டு எளிய அடிக்கோள்களை அடிப்படையாக நமது கோட்பாட்டிற்கு எடுத்துக்கொள்ளலாம்.

1. (சலிப்பற்ற ஒப்புமை) எவ்வளவு அதிகமான பயன்பாட்டைப் பெறமுடியுமோ அவ்வளவையும் பெற நுகர்வோர் அவரது பட்டியலைச் செலவிடுவார்.

2. (குறைந்துசெல் இறுதிநிலைப் பதிலீட்டு ஒப்புமை) ஒவ்வொரு கூடுதலான பொருளும் முந்தியதைவிடக் குறைவான பயன்பாட்டைக் கொடுக்கிறது. இதுதான் குறைந்துசெல் இறுதிநிலைப் பயன்பாட்டின் அடிக்கோள்.

முதல் அடிக்கோள்கள் உண்மையில் கூறியதைக் கூறுகிறது. இரண்டாவது, முதல்தரமான பொது அறிவு. ஒரு ஜதை பாத அணி மிகவும் அவசியம் என்பதும், இரண்டாவது ஜதை மிகவும் உபயோக மானது என்பதும், மூன்ருவது ஜதை வசதியுடையது என்பதும் நமக்குத் தெரியும். பொதுவாக ஒரு பொருளின் வாங்கப்பட்ட ஒவ்வோர் அலகும், அதன் பின்னர்த் தொடர்வதைக் காட்டிலும் தேவையான ஒன்றை நிறைவு செய்கிறது. அடிக்கோள் கூறுவது இது மட்டும்தான்.

இவ் விரண்டு அடிக்கோள்களும் நுகர்வோரின் தேவை வளை கோட்டிற்கும் வாங்கல் முடிவுகளுக்கும் எடுத்துச் செல்கின்றன. ஓர் அலகு p விலையாக உள்ள ஒரு பொருளை எவ்வளவு வாங்கவேண்டும் என்ற முறையில் ஒரு நுகர்வோர் இருப்பதாக வைத்துக்கொள்வோம். ஒரு பொருளை வாங்காமல் இருப்பதைவிட, அதில் p டாலரைச் செல விட்டால் அதிகமான பயன் கிடைக்காவிட்டால், அதை வாங்க மாட்டார். இந்த ஆய்வில் ஒரு பொருள் தேர்ந்தால், அவர் ஓர் அலகை வாங்குவார். இரண்டாவது அலகை, மற்றொரு பொருளை வாங்க, p டாலர் செலவிடுவதைக் காட்டிலும் இப் பொருளிலிருந்து கிடைக்கும் கூடுதலான பயன் அதிகமாயிருந்தால் அவர் வாங்குவார். கூடுதலான சேர்க்கப்பட்ட பயன்பாடு மற்ற பொருளில் p டாலரைச் செலவிடு வதைவிட அதிகமாய் இருக்கும்வரை அப் பொருளின் அலகுகளை வாங்கிக் கொண்டிருப்பார். அவரது நிலைமை அதற்குமேல் நீடிக்காது என்ருல் அப்போது வாங்குவதை நிறுத்திவிடுவார்.

இயல்பாகக் கடைசியாக வாங்கப்பட்ட பொருள்தான் இறுதிநிலை அலகு. அதிலிருந்து பெற்ற பயன்பாடு இறுதிநிலைப் பயன்பாடாகும். மற்ற பொருளில் செலவிட்டால் கிடைக்கும் அதே பயன்பாடாக அதன் இறுதிநிலைப் பயன்பாடு இருக்கும்வரை தொடர்ந்து வாங்குவார்.

குறைந்து செல் இறுதிநிலைப் பயன்பாடு அடிக்கோள், இந்த நிலைமை விரைவில் அல்லது பின்னுல் ஏற்படும் என்பதைத் தெரிவிக்கிறது.

தெளிவாகப் பொருளின் விலை குறைவாக இருந்தால், அதற்கு மேல் வாங்க முடியாதபடி அதன் இறுதிநிலைப் பயன்பாடு அந்த முனைக்கு வரும்வரை அதிகமான அலகுகள் வாங்கப்படும். பொருளுக் கான நுகர்வோரின் தேவை வளைகோட்டை இஃது ஏற்படுத்துகிறது. பொருளுக்கான நுகர்வோரின் இறுதிநிலைப் பயன்பாடு வளைகோடு நமக்குத் தெரிந்தால், மேலும் மாற்றுப் பொருளுக்கும் தெரிந்தால் (ஒரு கூடுதலான அலகின் இறுதிநிலைப் பயன்பாட்டை வளைகோடுகள் காட்டுகின்றன). ஒவ்வொரு தொடர்கிற விலையிலும் எத்தனை அலகுகள் வாங்குவார் என்பதைக் கூறமுடியும்.

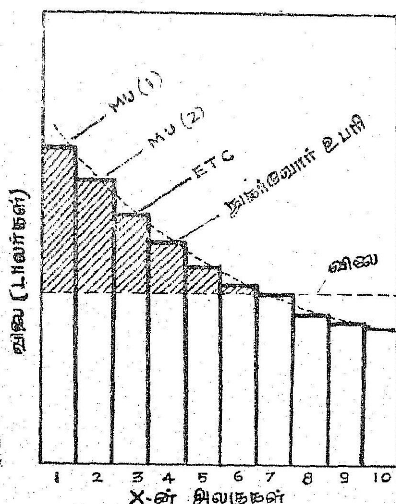
இந்த முறை ஆய்வு எல்லாப் பொருள்களுக்கும் பொருந்தும். ஒரு நேரத்தில் ஓர் அலகு வாங்குவதற்கும், அஃதாவது தொலைக்காட்சி அடுக்கு, ஜதை பாத அணி முதலியவை பொருந்தும். அப்படிப்பட்ட பொருள்களுக்கு முடிவுகள் மாற்றும் அமைப்பை, அதிகமாக அல்லது குறைவாகத் தேய்ந்துபோவதற்கானவற்றிற்கு ஏற்படும் அல்லது கையில் அதிகமாக அல்லது குறைவாக இருப்பதற்கு அதே தத்துவம் பொருந்தும்.

நாம் முன்னர் அறிந்தவற்ருேடு இந்த ஆய்வைத் தொடர்புபடுத்த இரண்டு பொருள்களுக்கிடையிலுள்ள தேர்வைக் கவனி. அஃதாவது ஓர் அலகு X-ன் விலை p டாலராகும். Y-ன் விலை q டாலர் செலவாக உள்ள இரண்டாகும். மிகத் திருப்திகரமாக ஒவ்வொன்றையும் நுகர் வோர் வாங்கும்பொழுது அவன் கீழ்க்கண்ட நிலையில் இருப்பான். அவன் X-ன் ஓர் அலகைக் குறைவாக வாங்கினுல், அவன் அந்த அலகிலிருந்து பெறப்படும் இறுதிநிலைப் பயன்பாட்டைத் தியாகம் செய் வான். அது MU(X) எனப்படும். ஆனுல், p/q அலகை வாங்கப்போது மான Y-ல் செலவிடக்கூடிய p டாலரைப் பெற்றிருப்பான். அப்படிச் செய்வதன்மூலம் Y-ன் அதிகப்படியான வாங்கலின்மூலம் (p/q). MU(Y) அலகுப் பயன்பாடுகளை அடைவான். அவனது வரவு செல வுப்பட்டியல் ஏற்கெனவே சரியாகப் பிரித்தளிக்கப்பட்டிருப்பதால் நிதியின் அப்படிப்பட்ட மாற்றம் தேவையற்றதாகும். ஆகையால், பெற்ற பயன்பாடு தியாகம் செய்யப்பட்ட பயன்பாட்டிற்குச் சமமாக இருக்கும் அல்லது $MU(X) = (p/q)\ MU(Y)$. இதை மிகவும் செப்ப முடைய அமைப்புகளில் எழுதலாம்.

$$\frac{MU(X)}{p} = \frac{MU(Y)}{q} \text{ or } \frac{MU(X)}{MU(Y)} = \frac{p}{q}$$

எல்லாப் பொருள்களின் இறுதிநிலைப் பயன்பாடுகளும் அவற்றின் விலைகளுக்கு விகிதாச்சாரமாக இருக்கும். அல்லது ஒரு டாலருக்கு வாங்கக்கூடிய கூடுதலான பயன்பாடு எல்லாப் பொருள்களுக்கும் சமமாக இருக்கும். நேரக்கக்கூடிய நடத்தையில் இம் முடிவு சமநோக்கு வளைகோடு ஆய்விலிருந்து கண்டவற்றிற்கு ஒத்துள்ளது. உண்மையில் MU(X)/MU(Y) என்ற வீதம் எண்களில் MRS (Y : X) போல் உள்ளது.

அளக்கக் கூடிய பயன்பாடுகளை ஊகிப்பதன் நன்மை என்னவென்றால், நுகர்வோர் கூடுதலான ஒரு டாலரை ஒரு பொருளில் செலவிட்டு, அதே பயன்பாட்டை அடைவதைக் காட்டிலும் அதிகமாய்ச் செல்ல அனுமதிக்கிறது. கூறப்பட்ட விலைகளில் பல பொருள்களை வாங்குவதிலிருந்து கிடைக்கும் பயன்பாட்டின் லாபத்தைக் கணக்கிட உதவுகிறது. இந்த லாபம் நுகர்வோர் உபரி எனப்படும். பொருளாதாரக் கோட்பாட்டிலும் செயல்முறைப் பொருளாதாரக் கொள்கை[1]க்கும் அது மிக முக்கியமானது. நுகர்வோர் உபரியின் கருத்து வரைபடம் 5—14-ல் விளக்கப்படுகிறது. X பொருளின் அலகுகள் படுகிடை அச்சில் குறிக்கப்பட்டுள்ளன. ஒவ்வோர் அலகிற்குமேலுள்ள முக்கோணத்தின் உயரம், அவன் ஏற்கெனவே முன்னைய அலகுகளை[2] வாங்கியிருந்தால், அந்த அலகுக்குக் கொடுக்க விரும்பும் பண அளவைக் காட்டுகிறது. இந்த இறுதிநிலை விருப்பச் செலுத்தல் என்பது இறுதிநிலைப் பயன்பாட்



படம் 5—14
நுகர்வோர் உபரி: கொடுக்கப்பட்ட விலையில் ஒரு பொருளை வாங்குவதிலிருந்து பெறும் லாபம் தான் அந்த விலையில் வாங்கப்படும் எல்லா அலகுகளின் இறுதிநிலைப் பயன்பாட்டின் உபரியாகும்.

1 நுகர்வோர் உபரிக்கு ஓர் ஒப்புமை, அது சரிபடுத்தும் மாறுதல் எனப்படும். சமநோக்குக் கோடு ஆய்விலிருந்து வெளிப்படுகிறது. இங்குத் தொடர முடியாதபடி மிகவும் நுட்பமாக இருக்கிறது. உனக்கு ஆசையிருந்தால் J.R. ஹிக்சின் மதிப்பும் மூலதனமும் என்னும் நூலைப்படி.

2 இங்குத் தெளிவற்ற தடங்கல் ஏற்படுகிறது. ஒரு நுகர்வோர் 3-வது அல்லது n-ன் அலகுக்குக் கொடுக்க விரும்பும் தொகை, முன்னர் வாங்கிய அலகு

டின் கவனிக்கக்கூடிய பகுதியாகும். அப் பொருள் அலகின் பயன்பாட்டு நுகர்வோரின் கூறப்பட்ட மதிப்பாகும். முக்கோணத்தின் உச்சியின்மூலம் செல்லும் விடுபட்ட கோடு அப்பொருளுக்கான நுகர்வோரின் தேவை வளைகோடாகும். ஏனென்றால் அவன் வாங்க விரும்புவது விலைக்குச் சரியாக இருக்கும் பொருள்களை எல்லாம் வாங்குவான். காட்டப்பட்ட விலையில் அவன் ஏழு அலகுகளை வாங்குவான்.

ஒரு சிறந்த அளவைக்காகப் பயன்பாட்டுடன் விருப்பச் செலுத்தலை ஒன்று படுத்துவோம். அப்படியானல், நுகர்வோருக்கு x அலகுகளின் பயன்பாடு அவற்றுக்கு அவன் செலுத்த விரும்பும் தொகையாகும். அல்லது $MU(1) + MU(2) + \dots\dots + MU(x)$. ஆனல் விலை p ஆக இருந்தால், அவன் செலுத்த வேண்டியது px. நுகர்வோருக்கு px-க்கு அதிகமாக இருக்கும் இறுதிநிலைப் பயன்பாடுகளின் தொகை லாபமாகும். அதுதான் அவன் அனுபவிக்கும் பயன்பாட்டு அளவு. அதற்குச் செலுத்துவதில்லை. அதுதான் நுகர்வோர் உபரியாகும். நுகர்வோர் உபரி என்பது, அவன் ஒரு பொருளுக்குச் செலுத்த விரும்பும் தொகை உண்மையில் செலுத்திய தொகையைவிட அதிகமாய் இருப்பதாகும். படத்தில் கோடிட்ட இடம்தான் அது. விலை குறைவாக இருந்தால் உபரி அதிகமாய் இருக்கும். ஏனென்றால், அதிகமான அலகுகளை வாங்கமுடியும். மேலும், ஒவ்வொரு பொருளில் கிடைக்கும் உபரி அதிகமாய் இருக்கும்.

ஒரு விலைக்கேற்ற நுகர்வோர் உபரியைத் தேவை வளைகோட்டிலிருந்து மதிப்பிடலாம். வரைபடம் 5 — 14-ல் இருப்பதுபோல் தேவை வளைகோட்டிற்குக் கீழுள்ள கோடிட்ட முக்கோணமும் விலை மட்டத்தில் படுகிடை அச்சிற்கு மேலுள்ள பாகமுமாகும். முந்திய அலகுகளுக்கு ஒரு நுகர்வோர் செலுத்திய அளவு பழுதுபட்டதாய்க் கூடுதலான அலகுகளுக்குச் செலுத்த விரும்பும் தொகையைப் பாதிக்கிறதென்பதை எச்சரிக்கைப்படுத்துகிருர்.

கருத்து, அளவு சிக்கல்கள் இருந்தாலும் நுகர்வோர் உபரி, பொருளியல் அறிஞர்களின் வெறுங் கற்பனைச் செய்தியாகும். பல விற்பனையாளர்கள் இதை அறிந்து அதைத் தாங்களே அடைய

(முன்பக்கத் தொடர்ச்சி)

களுக்கு ஏற்கெனவே கொடுத்த தொகையைப் பொறுத்துள்ளது. அதிகமாய்க் கொடுத்திருந்தால், கூடுதலான ஒன்றிற்குக் குறைவாகக் கொடுக்க விரும்புவார். எடுத்துக்காட்டாக ஒரு சொக்காய் 4 டாலராகவும் மூன்றிற்கு 11 டாலராகவும் இருந்தால், நுகர்வோர் மூன்றை வாங்கலாம். ஆனல், ஒரு சொக்காய் 5 டாலராக இருந்தால் மூன்று 13 டாலராக இருந்தாலும், அவரது பட்டியல் இரண்டைத்தான் அனுமதிக்கும். இதுதான் பணத்தின் மாறும இறுதிநிலைப் பயன்பாட்டின் பிரச்சினையாகும்.

முயற்சிக்கிறார்கள். ஒன்றுக்கு 4 டாலராக, மூன்றிற்கு 11 டாலர் என்பது சொக்காய்களை 3.67 டாலர் என்று விலையிடுவது அறியாததன்று. முதல் இரு சொக்காய்களுக்கு 4 டாலர் வீதம் நுகர்வோர்களிடமிருந்து பெற்று நுகர் உபரியிலிருந்து 67 சென்டுகளைக் கைப்பற்றும் வழியாகும்.

நுகர்வோர் உபரிக்கருத்தின் கொள்கை, பொருளாதார நடவடிக்கையின் எண்ணம் பொருள்களை அளிப்பதற்கன்று. ஆனால் அடிப்படையில் பயன்பாட்டைப் பொருள்களின்மூலம் அளிப்பதிலிருந்து, கிடைக்கும் முடிவாகும், இதுவரை ஒரு நுகர்வோருக்கு ஒரு பொருளின் பயன்பாடு அல்லது அவனுக்கு அதன் முக்கியத்துவம் அவன் அதன்மேல் செலவிடும் தொகையை முழுக்கப் பிரதிபலிப்பதில்லை என்பதைப் பார்த்தோம். ஒரு குடும்பத்தார் ஒரு kwh விலை 2.40 டாலரில் 5,000 kwh மின்சாரம் நுகர்ந்தால் அவனுக்குக் கிடைக்கும் பயன்பாடு அவன் செலுத்தும் 120 டாலர்களால் சரியாக அளப்பதில்லை, ஆனால், 120 டாலர் பெறுமானமுள்ள முழு ஆடைத் தொகுதி (suit) யிலிருந்து கிடைக்கும் பயன்பாடு போன்றது என்று இருக்கவேண்டிய அவசியமில்லை. ஒரு வகை நுகர்விலிருந்து பெறப்படும் உண்மையான பயன்பாட்டை மதிப்பிடுவதற்காக, உண்மையான செலவுத் தொகையோடு நுகர்வோர் உபரியைச் சேர்க்க வேண்டும். இது கடினமானது. ஆனால், ஒரு தேவை வளைகோட்டிலிருந்து ஒரு நயமற்ற மதிப்பைப் பெறமுடியும். நுகர்வோர்களுக்குக் கிடைக்கும் பொருள்களின் அளவை, அல்லது பொருள்களின் விலைகளைப் பல அரசாங்கக் கொள்கைகள் கவர்கின்றன. அரசாங்கம் சில பொருள்களின்மேல் வரி விதிக்கிறது. மற்றவற்றுக்கு ஆதரவு அளிக்கிறது, இன்னும் முனிசிபல் தண்ணீர் வழங்கல் முதலியனவற்றை உற்பத்தி செய்கிறது. இப்படிப்பட்ட எல்லா நடவடிக்கைகளும் நுகர்வோரின் தொகையையும் செலவையும் கவர்கின்றன. மாற்றங்களின் விளைவுகளின் ஒரு நியாயமான மதிப்பீடு நுகர்வோரின் உபரியின் விளைவைக் கணக்கில் எடுத்துக்கொள்ளவேண்டும். இஃது ஒரு முழுநிறைவான தத்துவமாகும். ஏனென்றால், நுகர்வோர் உபரியை அல்லது அதன் மாற்றங்களை மதிப்பிடத் திருப்திகரமான மதிப்பீடு கிடையாது.

சுருக்கமாக, அளவினையான பயன்பாட்டுக் கருத்தும் அதன் பின் தொடர்புகளும் ஆய்வின் சக்திவாய்ந்த சாதனங்களாகும். நாம் விவாதித்த தொடர்பான சிக்கல்களின் பயனாகப் பொருளியல் அறிஞர்கள் விருப்பமற்ற முறையில் ஒதுக்கி விட்டார்கள், இருந்தாலும் இக் கருத்துகள் அறிவுறுத்துவனவாக உள்ளன. அவை அடிக்கடி

செயல் பணியில் வரையறைகள் இருந்தாலும் பயன்படுத்தப்படு கின்றன.

'பழக்கம், நம்பிக்கையைக் காட்டிலும் பலமானது' என்ற பழமொழி வாங்கல் முடிவுகளுக்கும் பொருந்தும். எந்த இல்லாளும் 25 சென்டு பெறுமானமுள்ள ஒரு பொருளைக் காட்டிலும் பாத அணியின் கயிறு என் குடும்பத்திற்கு மிக முக்கியமானதா என்று எண்ணுவதில்லை. பல குடும்பங்கள் நீண்டகால வழக்கங்களாகிய, வெள்ளிக்கிழமை மீன் புசிப்பதையும், இதர நாட்களில் மாமிசமும், ஞாயிறு இரவு உணவை வெளி உணவு விடுதிகளிலும் என்று பழகியுள்ளார்கள். ஆனால், சிலர் மீன், மாமிசம், உண்வுவிடுதிச் சாப்பாடு ஆகியவற்றின் விலைக்கேற்ப ஒவ்வொரு வாரமும் திருத்திக் கொள்ளுகிறார்கள். இருந்தாலும், இந்த வழக்கமான வாங்கல் முறைகள் விலை மாற்றங்களுக்கு அவ்வளவாக வளைந்து கொடுப்பதில்லை. வெளியில் சாப்பிடும் குடும்பம், வலப்புற முள்ள உணவு வகைகளில் கவனத்தைச் செலுத்துகிறது. வாரம் ஒரு முறை மீன் சாப்பிடும் இல்லாள், செவ்வாய்க்கிழமை விற்கும் கத்தி மீன் வாங்க விரும்புவாள். குடும்பம் செலவிடக்கூடியதைக் காட்டிலும் வழக்கமான வாங்கல்கள் செலவுள்ளனவாக இருக்கும்வரை விலை ஏறினாலும் அல்லது சம்பளம் குறைந்தாலும் முறைமாற வேண்டி யிருக்கும்.

இந்த அதிகாரத்தில் வரையப்பட்ட நுகர்வுக்கோட்பாடு என்பது. வழக்கமான நுகர்வு முறை, பொருள்கள் எவ்வளவு விலைபாகின்றன என்பதையும் குடும்பம் எவ்வளவு தாங்கிக்கொள்ள முடியும் என்ப தையும் கவனித்து அமைக்கிறது. மேலும் மாற்றப்படுகிறது. அதிகாரம் முழுவதும் தனியொருவனின் வாங்கல் முடிவுகளைப்பற்றி எளிமையாக்கு வதற்குப் பேசினோம். நமது நோக்கங்களுக்குக் குடும்பப் பொதுவான வாங்கல் கொள்கையைவிடத் தனிப்பட்ட வாங்கல் முக்கியமான தன்று. அடுத்த செவ்வாய்க்கிழமை திருமதி X வாங்கும் மாமிசத்தின் அளவைப் பற்றியதன்று நமது கவலை. ஆனால் சராசரியாக வாரத் திற்குப் பல்வேறு மாமிச விலைகளிலும் இதர நிலைகளிலும் எவ்வளவு வாங்குவாள் என்பதைப்பற்றியதாகும். நமது கோட்பாடு இந்த நிலையில் அறியப்பட்டால், நமது அனுபவங்களுக்குத் தக்கமுறையில் வாங்கல் கொள்கைகள் அதற்கேற்ப இருந்தாலும், காலத்திற்கேற்றவாறு இருந் தாலும், உண்மையற்ற ஒரு நிகழ்ச்சியாகத் தோன்றாது. இந்த உணர்ச்சியுடன் இவ்வதிகாரத்தின் முடிவுகளை மதிப்பிடுவோம்.

ஒரு மாதிரியான நுகர்வோர் அல்லது குடும்பம் அது விரும்பு வதையும் தேவையான பொருள்களையும் பணிகளையும் வாங்குவதற்கு ஒரு வரையறையான பட்டியலைப் பெற்றிருக்கிறது. இது, நாம் நூலில்

ஊகிக்கப்பட்டதைப்போல் ஒரு குறிப்பிட்ட எண் அன்று (எடுத்துக் காட்டாக, மாமிசத்திற்கும் காய்கறிகளுக்கும் வாரத்திற்கு 50 டாலர் கள்). ஆனால், அனுபவத்தின் அடிப்படையில் செலவிடக்கூடிய வருமானம், அதன் கடமைகள், அதன் எதிர்நோக்குகள், அதன் சேமிப்புப் பழக்கம் முதலியவற்றின்மூலம் அடையப்பட்ட பொதுக் கருத்துகளாகும். எப்படி ஒரு குடும்பம், அதன் சொத்துகளும் கடன் களும் நகருவதைக் கவனித்துச் செலவிடக் கூடியதை அறிந்து கொள் கிறதோ, அதைப்போல் பல பொருள்களின்மேல் செலவிட அனுபவத் தின்மூலமும் ஆராய்ச்சிமூலமும் அறிந்துகொள்ளுகிறது. பழைய காருக் கான செலுத்தல்களைத் துன்பமற்றுத் தீர்க்க முடிந்தால் மாற்றக்கூடிய காலம் வரும்பொழுது ஒரு நயமான காரைப்பற்றிக் குடும்பம் சிந்திக்கும். பட்டியல் கிள்ளக்கூடியதாக இருந்தால், வெள்ளிக்கிழமை சினிமாவா, அல்லது ஞாயிற்றுக்கிழமை இரவு உணவா என்ற ஒன்றைத் தேர்ந் தெடுக்கவேண்டும். அல்லது பழைய பாத அணியை இன்னும் சிறிது காலம் உபயோகிக்க வேண்டும்; அல்லது சில ஒதுக்கல் முறைகளைக் கண்டுபிடிக்க வேண்டும். சுருக்கமாகப் பல வாங்கல்கள் வழக்கமான முறைகளின் இயல்பான செய்கைகளாக இருந்தாலும், குடும்பம் இந்த முறைகளில் மாற்றம் ஏற்படுத்த முயலவேண்டும். ஒரு பொருளி லிருந்து மற்றொரு பொருளுக்கு மாற்றி, அதன் செலவின்மூலம் அதிகத் திருப்தியை அடைய முயற்சி செய்யவேண்டும் (நுணுக்க முறையில் ஓர் உயர்ந்த சமநோக்குக் கோட்டை அடைய முயலுவ தாகும்).

உண்மையில் இம் முயற்சி நிற்பதில்லை. ஆனால் வாங்கல் முறையின் இயல்பை நமது ஆய்வு காட்டுகிறது. அஃதாவது அம் முறையில் ஒரு பொருளிலிருந்து ஒரு டாலரை மற்றொரு பொருளுக்கு மாற்றினால், குடும்பத்தின் திருப்தியை மெச்சத்தக்க வகையில் அதிகரிக்கவோ குறைக்கவோ செய்யாது. நுணுக்கமுறை மொழியில் ஒரு ஜதைப் பொருள்களுக்குள், அவற்றின் விலை விகிதத்தைப்போல் இறுதிநிலைப் பதிலீடும் இருக்கும் ஒன்றே தேவைப்பட்ட முறையாகும். இக் குறிப்பிட்ட தொரணி எப்போதும் அடைய முடியாத ஒன்றாக இருந்தாலும், தெளிவான முறைகள் விரைவில் நிர்வகிக்கப்படு கின்றன. குடும்ப உண்மையான தொரணி இந்தக் கர்ப்பனைச் சார் பான கருத்திலிருந்து மிக தூரத்தில் இல்லை என்பதாகும்.

உடனடியாக ஒரு சில சிக்கல்கள் தொடர்கின்றன. ஒரு பொருளின் விலை உயர்ந்தால், ஒரு டாலர் செலவிடப்படும் அப் பொருள், முன்னர் வாங்கிய அதே திருப்தியை இனிமேல் கொடுக்காது. விலை மாற்றத்திற்கு முன்னர் ஏற்றதாக இருந்த செலவுத் தொரணி

இனிமேல் பொருத்தமற்றதாகிவிடும். அப்போது குடும்பங்கள் குறைவான பொருளைப் பயன்படுத்தும் புதிய நுகர்வுத் தொரணியைத் தேர்ந்தெடுக்கும். இதுதான் தேவை வளைகோடுகளுக்குப் பின்னுல் உள்ள தருக்க முறையாகும். அதற்கு மாருகக் குடும்பத்தின் வருமானம் அதிகரித்தால், எல்லாப் பொருள்களின் நுகர்ச்சியைக் கட்டுப்படுத்திய நெருக்கம் தளர்த்தப்படும். ஓர் உயர்ந்த சமநோக்குக் கோட்டிற்கு, இரண்டு ஜதைப் பொருள்களுக்குள்ள அதே இறுதிநிலை விகிதப் பதிலீட்டை நிறுத்தி மற்ற ஒன்றை நோக்கி நகரும். இதுதான் எங்கல் வளைகோட்டிற்குப் பின்னுல் உள்ள தருக்க முறையாகும்.

ஆய்வின் சிக்கல்கள்

நுகர்வோர் முடிவுகளுக்கும் அவர்களின் நுகர்வுத் தொரணிகளுக்கும், நமது கோட்பாடு சிபாரிசு செய்யப்பட்ட நன்மைகளை எடுத்துக் கொண்டாலும் ஒரு முக்கியமான தர்க்கமுறை இருக்கிறதென்பதை அறிந்தோம். ஒரு பொருளாதாரத்திற்குத் தர்க்கமுறையின் குணத்தால் ஏற்படும் நுகர்வோரின் தீர்மானங்கள் குறிப்பிடத் தக்கனவாய் உள்ளன. உண்மையில், பொருளாதார நடவடிக்கையின் இறுதியான வழிகாட்டியாகத் துய்ப்போர் இறைமை எனப்பட்ட நிலைமையாகவும் நுகர்வோர் முடிவுகள் இருக்கின்றன. நுகர்வோர்களின் தேர்வுகளுக்கு, அவர்களின் வாங்கல் தேர்ச்சிகள் பிரதிபலிப்பதுபோல், அதன் உற்பத்தி நடவடிக்கைகள் மறுமொழி அளிக்கும் பொழுது, ஒரு பொருளாதாரம் நுகர்வோர்களின் இறைமையை வெளிப்படுத்துவதாகச் சொல்லப்படுகிறது. இஃது எப்படி வேலை செய்கிறதென்பதைப் பார்ப்போம்.

மறக்கமுடியாத திருமதி X, அவர்களைப்போன்ற ஒரு நூதன நுகர்வோர் ஒரு கூடுதலான டாலர் மதிப்புடைய ஒரு பொருள், அதைப்போன்ற கூடுதலான டாலர் மதிப்புடைய மற்ருென்றிற்குச் சமமாக இருக்கும்படி பொருள்களின்மேல் ஒரு வரவு செலவுப் பட்டியலைப் பிரித்தளிப்பாள் என்பதை நாம் கண்டோம். எடுத்துக் காட்டாகத் திருமதி X, அவளது மிகச் சிறந்த நுகர்வு மூட்டையைப் பிரித்தபின்னர் (படம் 5-15-ன் C முனை), அவளது பணப்பையில் ஒரு கூடுதலான டாலர் இருப்பதைக் கண்டுகொள்ளுகிருள். ஒரு பவுண்டு மாமிசம் அல்லது 2½ பவுண்டு காய்க்கறிகளை வாங்கச் செலவிடுவது சமநோக்கு நிலையாக இருக்கும்.

எல்லா நுகர்வோர்களும் அதே விலையில் வாணிபம் செய்வதைப் போல் திருமதி X, திருமதி Z மற்றும் யாராக இருந்தாலும் அது போலவே இருக்கும். முழுச் சமுதாயம் 2½ பவுண்டு காய்கறிகளைப் போல் ஒரு பவுண்டு கூடுதலான மாமிசத்தையும் விரும்புவார்கள்

என்பதைக் கூறலாம். சமூகத்தின் ஆக்க முயற்சிகளை ஒழுங்கு படுத்துவதில் அக்கறைகொள்ள ஒவ்வொருவருக்கும், வணிகர்கள், விவசாயிகள் முதலியவர்களுக்கும் இது முக்கியமான செய்தியாகும். நிலத்தின் உபயோகத்தையும் இதரப் பொருளாதார வளங்களையும் ஒரு பவுண்டுக்கும் கூடுதலான மாமிசத்தை அதிகரிக்க, $2\frac{1}{2}$ பவுண்டு காய்க்கறிகளுக்குமேல் தியாகம் செய்யாமல் திரும்பச் செய்யக்கூடிய சந்தர்ப்பம் இருந்தால், அதை எடுத்துக்கொள்ள வேண்டுமென்பதைத் தெரிவிக்கிறது. ஒரு பவுண்டு மாமிசத்திற்கும் கூடுதலாகாதவற்றை உற்பத்தி செய்யப் பயன்படுத்தப்படும் வளங்களை மாற்றுவதன் மூலம் $2\frac{1}{2}$ பவுண்டுக்கும் கூடுதலான காய்கறிகளை அதிகரிக்க முடியுமானால், அதைச் செய்யவேண்டியதுதான். சுருக்கமாக, எல்லா நுகர்வோர்களும் அதே விலைகளை எதிர்நோக்கும்பொழுது, அவ்விலைகள் பல்வேறு பொருள்களுக்கான சமுதாயத்தின் தொடர்புள்ள விருப்பங்களைக் காட்டுகின்றன.

நுகர்வோர்களும் உற்பத்தியாளர்களும் விலையின் அடிப்படையில் முடிவெடுத்து எல்லாரும் அதே விலைகளைப் பயன்படுத்தும் ஒரு பொருளாதாரத்தில் நுகர்வோர்கள் மன்னனாக இருப்பான் என்பதை ஏற்கெனவே பார்த்தோம். எடுத்துக்காட்டாக, ஒரு விவசாயி, 300 பவுண்டு மாமிச உற்பத்தியைக் குறைத்து மேய்ச்சல் நிலத்தைக் காய்கறி நிலமாக மாற்றி அவனது காய்கறி உற்பத்தியை 900 பவுண்டுகளாக மாற்றுவதாக வைத்துக்கொள்ளுவோம். மாமிசத்தையும் காய்கறிகளையும் விற்கும் விலை திருமதி X வாங்கும் அதேவிலையாக இருந்தால், அவனது மாமிச விற்பனை 300 டாலர் குறைவாகவும் அவனது காய்க்கறி விற்பனை 360 டாலராகவும் உயர்ந்து, 60 டாலர் நிகர அதிகரிப்பு உற்பத்தி மதிப்பைப் பெறுவான். அப்படியானால், காய்கறி உற்பத்திக்கு நிலத்தை மாற்றுவான். காய்கறிகளுக்கும் மாமிசத்திற்கும் அவனது முயற்சியைப் பகிர்ந்து, இன்னும் காய்கறி அதிகரிக்க வேண்டுமானால், ஒரு பவுண்டு காய்கறி உற்பத்தியும் .4 பவுண்டு மாமிசத்திற்குப் பதிலாக இருக்கும்படியாக இருக்கும்.

நிச்சயமாக, திருமதி X-ன் சில்லறை விலைகளைப்போல் விவசாயியின் மொத்த விற்பனை விலைகள் இரா. கதை இதைவிடச் சிக்கலானது. ஆனால், அதன் சந்தையை ஏற்கெனவே தெரிந்துள்ளோம், போட்டி நிலைமைகளில் ஒவ்வொரு ஜதைப் பொருள்களின் இறுதிநிலை உற்பத்திச்செலவும் அவற்றின் விலைகளின் விகிதாச்சாரங்களாக இருக்கும்படியாக வணிகர்கள் ஆக்கத்தை முறை செய்வார்கள் என்று நமது ஆக்கப் படிப்பில் கண்டோம். அப்படியானால், ஒரு பொருளின் உற்பத்தியிலிருந்து சில வளங்களை மற்றொன்றிற்கு மாற்றினால்,

வெட்டப்பட்ட பொருள் உற்பத்திக் குறைப்பு, விரிவாக்கப்பட்ட பொருள் உற்பத்தி அதிகரிப்பைப்போல் நுகர்வோர்களுக்கு (அதே உள சம்பந்தமான மதிப்பை) அதே பணமதிப்பைக் கொடுக்கும். மாறுகப் போட்டி நிலைமைகளில் நுகர்வோர் விரும்பும் விகிதாச்சாரத்தில் பொருள்கள் உற்பத்தி செய்யப்படுகின்றன. ஒரு போட்டியுள்ள பொருளாதாரம் துய்ப்போர் இறைமைக்கு அடிபணியும்.

தளர்ந்த அதன் எல்லா நூல்களையும் கட்டுவதற்கு உதவும் ஆயவின் ஒரு சிக்கல் இதுவாகும். எல்லாப் பொருள்களின் விலையும் அதே விகிதாச்சாரத்தில் ஏறும் ஒரு பொதுப் பணவீக்கம் இருப்ப தாகவும், சில குடும்பங்களின் வருமானங்களும் அதே விகிதத்தில் உயரும் என்றும் எடுத்துக்கொள்ளுவோம், பல பொருள்களின் விலை விகிதம் மாறுதாகையால், பொருள்களின் இறுதிநிலை வீதப் பதிலீடும் மாறுது. குடும்பம் தகுதியுடையதாக இருப்பதால், எல்லாப்பொருள் களின் பணவீக்கத்திற்கு முன்னருள்ள நுகர்வு மட்டத்தில் (அதே செலவுத் தொரணிச் செலவைப்போல் அதே விகிதத்தில் அதன் வருமானம் உயர்ந்துள்ளது) அதன் நுகர்ச்சித் தொரணியை நிதிக் காரணங்களுக்காக, மாற்ற வுற்புறுத்தவோ தூண்டவோ செய்யாது. இப்படிப்பட்ட நிகழாநிலையில் குடும்பம் பணவீக்கத்திற்கு முன்னர் நுகர்ந்த அதே அளவைத் தொடர்ந்து கொண்டிருக்கும்.

அட்டவணை 5—1

நுகர்வோர்களின் வரவு செலவுப் பட்டியல்களின் மேல் உலகப் பொதுவான பண வீக்கத்தின் விளைவின் எடுத்துக்காட்டு

பொருள்	வார நுகர்ச்சி	பண வீக்கத்திற்கு முன்னர்		பண வீக்கத்திற்குப் பின்னர்	
		விலை	செலவு	விலை	செலவு
மாமிசம்	16 பவுண்டுகள்	டாலர் 1	டாலர் 16	டாலர் 1.10	17:60
பழரசம்	20 அரைக்காலன்கள்	·30	6.00	·33	6.60
பந்து வீச்சு	8 கயிறுகள்	·40	3.20	·44	3.52
செலவு	—	—	25.20	—	27.72
வருமானம்	—	—	28.00	—	30.80

ஓர் உதாரணம் இதைத் தெளிவாக்கும் ஒரு குடும்பத்தின் பண வீக்கத்திற்கு முன்னர், வாரத்திற்கு 28.00 டாலர் வருமானத்தை அட்டவணை 5—1 தெளிவாக்குகிறது. அதில் 10 சதவீதத்தைச் சேமிக்கிறது. 90 சதவீதத்தை அது நுகரும் மூன்று பொருள்களில் செலவிடுகிறது. அதன் நுகர்ச்சியின் முன்னைய பணவீக்கத் தொரணி

இரண்டாம் வரியில் காட்டப்பட்டுள்ளது. அந்த நுகர்ச்சி மட்டத்தில் ஒரு கயிறு பந்துவீச்சு $1\frac{1}{3}$ பழரச அரைக்கால் காலன்களுக்குச் சமமாகும். அல்லது 40 சென்டுகள் வாங்கும் .4 பவுண்டு மாமிசத்திற்கு ஈடாகும் என்பதைக் கவனி. பண வீக்கத்திற்குப் பின்னர், குடும்ப வருமானமும் செலவிடக்கூடிய பட்டியலும் 10 சதவீதம் கூடுதலாக உயர்ந்து விட்டது. அதைப் போலவே எல்லா விலைகளுமாகும். ஆகையால், முந்திய பணவீக்கத் தொரணி நுகர்ச்சி கிடைக்கும் வருமானத் தொகையைக் கவர்ந்து விடும். ஒரு கயிறு பந்து வீச்சு $1\frac{1}{3}$ பழரசத்திற்கு மாற்றப்படுவதால் செலவை மாற்றுவதன்மூலமாகப் பெறக்கூடிய லாபம் ஒன்றும் இல்லை. விலை மாற்றங்களும் வருமான மாற்றங்களும் ஒன்றை ஒன்று காலி செய்துவிடுகின்றன.

இக் குறிப்பீட்டின் முக்கியத்துவம் இரட்டிப்பானதாகும். முதலாவதாக, விலை மாற்றங்களும் (குறிப்பாக அவை பரந்திருந்தால்) வருமான மாற்றங்களும் மிகவும் அதைப்போன்ற விதமாகும். ஒவ்வொரு தொழிற் சங்கத் தலைவரும் இதை மெச்சுகிறார். அவரது அங்கத்தினர்களைப் பொறுத்த வரையில் ஒரு நுகர்வோர் விலைக் குறியீடு அதிகரிப்பு அவர்களின் கூலிக் குறைப்பு விகிதத்திற்குச் சமமானதென்று தெரிந்துள்ளார். இரண்டாவதாக, ஒரு விலை முறையின் குறிப்பிடத்தக்க குணம் தொடர்பான விலைகளின் திட்டமாகும் – பல பொருள்களின் விகிதமாகும் என்பதை இக் குறிப்புக் காட்டுகிறது. முழுமையான விலைகள் உதவித் தொகையாகும். பல பொருள்களின் மதிப்பை விளக்கும் ஒரு வசதியான வண்டியாகும். (மற்ற பொருள்களின் விலையை அறியாத ஒருவனுக்கு ஒரு பவுண்டு கருப்புத் திராட்சையின் 1.35 டாலர் விலை ஒன்றும் கூறவில்லை. சாமுவேல் ஜான்சன் இதைப் புரிந்தார். யூதநாட்டில் ஒரு முட்டையை ஒரு பார்திங்குக்கு (farthing) வாங்கலாம் என்று அவரிடம் சொன்னபொழுது, முட்டைகள் மலிவல்ல என்றும் அங்குப் பணம் கிடைப்பது அருமை என்றும் அவர் கூறினர்.

நுகர்வோர்களின் ஒரு முழுச் சமுதாயத்தில் ஒவ்வொருவரும் அவர்களின் விலைகளைப்போல் அதே விகிதாச்சாரத்தில் பொருள்களின் விரும்பும் தன்மை இருக்கும்படியாக அவனது வரவு செலவுப் பட்டியலை ஒதுக்குகிறார்கள். இவ்விலை விகிதங்கள் சமுதாயம் முழுவதற்கும் பொருளின் தொடர்பான விரும்பும் தன்மையை அளவிடுகின்றன. இதுதான் விலைகளால் கூறப்படும் முக்கியச் சமுதாயச் செய்தியாகும். சமுதாயத்தின் வளங்கள் பல பொருள்களின் ஆக்கத்திற்கு எவ்வாறு பிரித்தளிக்கப்படுகின்றன என்பதைக் கூறுகிறது, நுகர்வோர் மூன்று அலகு பழரசத்திற்கானதைப்போல் ஒரு பவுண்டு மாமிசத்திற்குச் செலுத்த விரும்பினல், இரண்டு அலகு பழரசத்தை உற்பத்தி செய்யத் தேவைப்படும் வளங்கள் ஒரு பவுண்டு மாமிசம் உற்பத்தி செய்யப்

போதுமானதாய் இருந்தால் நுகர்வோர்கள், பழரச உற்பத்தியிலிருந்து மாமிச உற்பத்திக்கு வளத்தை மாற்றினால் நன்மையடைவார்கள். சில்லறை விலைகள் இந்த ஒப்பீட்டின் விருப்பப் பகுதியைத் தெரிவிக்கின்றன, உறவு ஆக்கச் செலவுகள், நாம் முந்திய அதிகாரங்களில் பார்த்ததுபோல், மாற்றும் வளங்களின் விளைவுகளைப் பற்றிய செய்தியைத் தெரிவிக்கிறது. விலை முறை முழுவதுமாக இச் செய்திகள்பற்றித் தெரிவிக்கிறது. அதைப்போலவே அதைச் செயல்படுத்தும் நோக்கத்தையும் அதனால் தான் ஒரு சிக்கலான பொருளாதாரத்தில் ஆக்க அமைப்பிற்கு இன்றியமையாத சாதனமாக இருக்கிறது. இந் நூலில் இதுதான் ஆய்வுப் பொருள் அதைப்பற்றி அடிக்கடி பார்ப்போம்.

சுருக்கமும் கருத்துகளின் மறுசீராய்வும்

நுகர்வுக் கோட்பாட்டின் முக்கியக் குறிக்கோள் தேவை வளைகோட்டை விளக்குவதாகும். இதன் மூலமாகத்தான் நுகர்வோர்களின் விருப்பம் விலைகளைத் தீர்மானிப்பதில் நுழைகின்றன. உற்பத்தி செய்யப்பட்டு அளிக்கப்படும் பல பொருள்களின் அளவுகளைக் கவர்கின்றன. இறுதியாகப் பொருளதாரத்தின் செயல் முறைக்கு உதவுகின்றன.

ஒரு தேவை வளைகோட்டின் உள்கருத்து, அதற்குப் பின்னால் நிற்கும் நுகர்வோர் முடிவுகளின் தருக்க முறையிலிருந்து தருவிக்கப்படுகிறது. அத் தருக்க முறை எப்போதும் நுகர்வோர் இரண்டு பொருள்களுக்கிடையில் ஒரு மாறாத பட்டியலைப் பிரித்தளிக்க வேண்டும் என்பதைத் தெளிவாகக் காட்டுகிறது. அதன் பின்னர், பட்டியலின் தொகை, பொருள்களின் விலைகளுடன் ஒரு வரவு செலவுப் பட்டியல் கோட்டைத் தீர்மானிக்கிறது. அந்தக் கோடு, பட்டியல் எவ்வளவு செலவை அனுமதிக்கிறதோ அவ்விரண்டு பொருள்களின் எல்லாத் தொகுதி அளவுகளையும் குறிப்பிடுகிறது. நுகர்வோர்களின் தேர்வைக் கவரும் எல்லாக் குறிக்கோள் விவரங்களையும் பட்டியல் கோடு ஒன்று சேர்க்கிறது.

அக உணர்வாகிய நுகர்வோரின் தேவைகளும் ருசிகளும் சம நோக்குக் கோடுகளின் தொகுதியால் விளக்கப்படுகின்றன. ஒவ்வொரு சம நோக்குக் கோடும் ஒன்றைப்போல் மற்றொன்று திருப்திகரமாக இருக்கும் பொருள்களின் எல்லாத் தொகுதி அளவுகளையும் காட்டுகிறது. ஒவ்வொரு பொருளின் தொகுதியும் ஒரு சில சம நோக்குக் கோட்டில் அமைகிறது. பொதுவாக, ஒரு தொகுதி மற்றொன்றைவிட ஒரு பொருளை மிகுதியாகப் பெற்றிருந்தால், இரண்டாவதைவிடக் குறைவற்றதாகவும் இருந்தால், அத் தொகுதி விரும்பப்

படும். மேலும் அஃது ஓர் உயர்ந்த சம நோக்குக் கோட்டின்மேல் அமையும்.

சம நோக்கு வளைகோடுகள் பட்டியல் கோடுகளுடன் சேர்ந்து நுகர்வோரின் தேர்வைத் தீர்மானிக்கின்றன. முடியும்வரை உயர்ந்த சம நோக்கு வளைகோட்டைத் தொடும் அவனது பட்டியல் கோட்டின் மேல், அவன் அத் தொகுதியைத் தேர்ந்தெடுப்பான். முக்கிய உளமயமான தொகுதியின் தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட சொத்துகள் பல எண்ணற்ற வழிகளில் விளக்கிக் கூற முடியும். அதில் ஒன்று, நுகர்வோர் ஒரு தொகுதியைப் பெற்றிருக்கும்பொழுது, ஒரு கூடுதலான டாலர் மதிப்புடைய பொருளின் மதிப்பு மற்றொரு டாலர் மதிப்புடைய பொருளை விரும்புவதற்குச் சமமாக இருக்கும் என்பதாகும். இரண்டாவது வழி, இறுதிநிலை வீதப் பதிலீட்டுக் கருத்தைப் பயன்படுத்துவதாகும். இறுதிநிலை வீதப் பதிலீடு என்பது முதல் அலகுகளின் எண்ணிக்கை இரண்டாம் அலகின் நட்டத்தைச் சரிப்படுத்தக் கூடியதாய் இருக்கும். வரைபடம்மூலம் ஒரு முனையின் இறுதிநிலை வீதப் பதிலீடு அந்த முனைமூலமாகச் செல்லும் சம நோக்கு வளைகோட்டின் சாய்வாகும். இக் கருத்தின் அடிப்படையின் நுகர்வோர் அவரது பட்டியல் கோட்டின்மேல் உள்ள முனையைத் தேர்ந்தெடுக்கிறார். அதில் இரண்டு பொருள்களுக்கிடையான இறுதிநிலை வீதப் பதிலீடு அவற்றின் விலைகளுக்குச் சமமாகும்.

ஒரு நுகர்வோரின் வருமான மாற்றம், அவரது நுகர்வுப் பட்டியலை மாற்றும். வரைபடத்தின்மூலம் அவனது பட்டியல் கோட்டில் ஓர் இணையான மாற்றத்தால் அஃது அறிவிக்கப்படுகிறது. அவரது சம நோக்கு வளைகோட்டுப் படத்திலிருந்து உறுதியாக்கப்படுகிற அவரது பட்டியல் மாற்றங்களுக்கு நுகர்வோரின் மறு மொழியை அஃது அனுமதிக்கிறது. முடியுமானால் பட்டியல் மட்டங்களுக்கு எதிராகக் குறிப்பிட்ட அவர் நுகரும் பொருளின் அளவுகள் அப் பொருளுக்கான அவரது எங்கல் வளைகோட்டால் அது காட்டப்படுகிறது. இன்றியமையாதவற்றிற்கு எங்கல் வளைகோடுகள் கீழ்நோக்கிச்சுழல்கின்றன. பகட்டுப் பொருள்களுக்கு மேல்நோக்கிச் சுழல்கின்றன; மட்டரகப் பொருள்களுக்குப் பட்டியல் பெரிதாக விரியும்பொழுது வளைகோடுகள் விழுகின்றன.

தேவை வளைகோடுகளும் சமநோக்கு வளைகோடு வரைபடம் மூலம் தருவிக்கப்படுகிறது. இக் காரணத்திற்காக, ஒரு வரைபடத்தைப் பயன்படுத்துவது வசதியாகும். அவ் வரைபடத்தில் ஒரு பொருளின் வாங்கல் படுகிடையாகக் காட்டப்படுகிறது, மற்ற பொருள்களுக்கான பாக்கியுள்ள பணத்தின் அளவு (MLO) செங்குத்

தாகக் காட்டப்பட்டுள்ளது. இப்படியாக ஒரு பொருளின் விலை அதிகரிப்புப் பட்டியல் கோட்டின் ஒரு செங்குத்தால் அளிக்கப் படுகிறது. இப்படிபட்ட வரைபடம், ஒரு விலை அதிகரிப்பு இரு முறையான விளைவைப் பெற்றிருக்கிறது, முதலாவதாக, அது நுகர்வோரை ஏழையாக்குகிறது. அஃதாவது, அவன் பட்டியல் அதிகரிக்காவிட்டால் அவன் முந்திய சந்தைக் கூடையை வாங்க முடியாது. இரண்டாவதாக, அவன் பழைய சந்தைக் கூடையை வாங்கும்படியாக அவனது பட்டியல் அதிகரித்தால், அவன் அதை விரும்பமாட்டான். இஃது ஏனென்றால், அப் பொருளுக்கான பாக்கியுள்ள பணத்தின் இறுதி நிலை வீதப்பதிலீட்டிற்கு விலை சமமாக இருக்காது. பழைய சந்தைக் கூடை வாங்கும்பொழுது, இயல்பான நிலையில் இவ்விரண்டு விளைவுகளும் அதே திசையில் இயங்குகின்றன.

ஒரு பொருளின் விலை ஏறினால், நுகர்வோர் அதைக் குறைவாக வாங்குகிறார். இப்படி ஏன் நடக்கிறார் என்றால், அந்த விலையில் அவர் ஏழ்மையாக இருப்பார். ஆகையால், அப் பொருளின் MLO-வின் இறுதிநிலை வீதப் பதிலீடு உயர்வாக இருக்கும் ஒரு தொகுதியை அவர் விரும்புவார். வழக்கமான தேவை வளைகோடு காட்டுவதைப் போல், விலை உயர்ந்தால் அப்பொருளை நுகர்வோர் குறைவாக வாங்குவர்.

எல்லா நுகர்வோர்களும் அதே விலையில் வாங்குவதால், ஒவ்வொரு ஜதைப் பொருள்களுக்கிடையில் எல்லா நுகர்வோர்களும் அதே இறுதிநிலை வீதப் பதிலீட்டைப் பெற்றிருப்பார்கள். ஆக ஒவ்வொரு ஜதைப் பொருள்களுக்கிடையில் ஒரு சமுதாயத்தின் இறுதிநிலை வீதப் பதிலீடு இருக்கும் என்பதைக் கூறலாம். அஃது அவற்றின் விலை வீதத்திற்குச் சமமாக இருக்கும்.

ஆனால், ஆக்கத்தைப்பற்றிக் கற்றதில், போட்டி வணிகர்கள் ஒவ்வொரு ஜதைப் பொருள்களின் இறுதி நிலை உற்பத்திச் செலவின் விகிதம், அவற்றின் விலை விகித்திற்குச் சமமாக இருக்கும்படியாக உற்பத்தி வளங்களைப் பிரித்தளிப்பார்கள் என்று பார்த்தோம். இவற்றை ஒன்றாக இணைத்து, ஒரு போட்டிச் சமநிலையில் ஒவ்வோர் உற்பத்தி வளமும், மற்றொன்றிற்கு மாற்றினால், நுகர்வோர் இப்போது மதிப்பதைவிட அதிகமாக மதிக்கும்படியாக உற்பத்தி செய்யப் பயன் படுத்தமாட்டார்கள் என்பதைப் பார்க்கலாம். அஃதாவது ஒவ்வொரு வளமும் நுகர்வோர் விரும்புவதைப்போலப் பயன்படுத்தப்படுகிறது. இம் முறையில் பகிர்ந்தளிக்கும் ஒரு பொருளாதாரம் துய்ப்போர் இறைமைக்கு அடிபணிகிறது என்று கூறலாம்.

பயன்பாடு கணக்கிடக் கூடியது என்று ஊகித்தால், இவற்றின் பல முடிவுகளைச் சுலபமாக அடையலாம். அதற்குமேலும் செல்ல முடியும். அதன்பின்னர், வாய்பாட்டின்மூலம் நுகர்வோரின் வாங்கல் முடிவுகளை விளக்கலாம். அஃதாவது ஒரு பொருளின்மேல் செலவிட்ட ஒரு கூடுதலான டாலர் மதிப்பு மற்றொரு பொருளில் செலவிடப்பட்ட கூடுதலான டாலர் மதிப்பிற்குச் சமமாக இருக்கும்படியாக அவரது பட்டியலைப் பகிர்வார். ஒருவருக்குக் கிடைக்கும் நுகர்வோர் உபரியின் மூலம் நுகர்வோருக்குக் கிடைக்கும் பயன்பாட்டையும் மதிப்பிடலாம். அஃதாவது, கொடுக்க விரும்பும் தொகையிலிருந்து உண்மையில் கொடுத்த விலையைக் கழித்ததாகும். நுகரப்பட்ட பொருளின் ஒவ்வொரு மேல் இறுதிநிலை அலகும் நுகர்வோர் உபரிக்குச் சிறிது அளிக்கிறது. ஆனால், இறுதிநிலை அலகு உபரி அளிக்காது. நுகர்வோரின் தேவை வளைகோட்டின் ஒரு தகுந்த முக்கோணத்தின் பகுதியை அளப்பதன் மூலம் ஒரு சுமாரான மதிப்பைக் காணமுடியும். நுகர்வோர் உபரியை, நுகர்வோருக்கு அதன் முக்கியத்துவத்தை அளக்க ஒரு பொருளில் செலவிடப்பட்ட தொகையைக் கூட்டவேண்டும்.

ஆனால், துரதிஷ்டவசமாகப் பயன்பாடு அளக்கக்கூடியதன்று, சிந்தனையைத் தூண்டுகிறதாக இருந்தாலும், இக் கருத்து அறிவியல் திறனாய்விற்கு நிற்க முடியாத ஒன்றாக இருக்கும்.

6. முற்றுரிமையும் சில்லோர் முற்றுரிமையும்

இந்த அதிகாரத்தில் இதுவரை வசித்துவந்த கவனமின்மை பொதுத்தன்மை முதலிய உயர்ந்த வான ஊர்தியிலிருந்து இறங்குவோம். இதுவரை போட்டிச் சந்தைகளின் நடத்தைகளையும் அவற்றின் பங்குதாரர்களையும் பற்றி அறிந்தோம். போட்டிச் சந்தைகள் சுலபமாகப் புரிந்து கொள்ளக்கூடியவை. மிக முன்னறிவிப்புள்ளனவாகவும், திறமைவாய்ந்த பொருளாதாரச் செயலுக்குப் பொருத்தமானவையாகவும் இருப்பதால், பொருளாதார ஆய்வில் மத்திய இடத்தைப் பிடித்துள்ளன. ஆனால், அவை நடந்து கொண்டிருக்கும் நவீனத் தொழில் பொருளாதாரங்களில் ஒரே ஒரு வகையாக மட்டும் இல்லை. உண்மைப் பொருளாதாரங்களின் இயங்கு முறையைப் புரிந்து கொள்ளச் சந்தையின் மற்ற வகைகளின் நடத்தையையும் கற்பது அவசியமாகிறது.

முற்றுரிமை, சில்லோர் முற்றுரிமையின் தோற்றம்

ஒரு போட்டிச் சந்தையின் அதிகார முத்திரை என்பது, அதிலுள்ள ஒவ்வொரு பங்குதாரரும் ஒரு விலையை எடுப்பவராகும். அஃதாவது, அதிலுள்ள ஒவ்வொருவரும் அவர் வாங்கும் விலையை, அல்லது விற்பதைப் பாதிக்க முடியாது என்பதைப் பொதுவானதாக ஏற்றுக் கொள்கிறார்கள். இந்த நிலைமை நீடிக்க, அந்தச் சந்தையில் சகிக்கக் கூடிய வகையில் சமமான அளவுள்ள பெருவாரியான அளிப்பவர் எண்ணிக்கை இருக்கவேண்டும். ஆகையால், எந்த நிறுவனமும் மெச்சத்தக்க வகையில் விலையைப் பாதிக்க முடியாது. அல்லது பொருளின் மொத்த அளிப்பை இக் காரணத்தால் எந்த நிறுவனத்தின் நடவடிக்கையும் குறிப்பிடத்தக்க வகையில் மற்றொரு நிறுவனத்தின் வாய்ப்பைக் கவர முடியாது. எந்த நிறுவனத்திடமிருந்து வாங்குகிறார்கள் என்பதைப்பற்றி நுகர்வோர்கள் கவலைப்படுவதில்லை.

ஆகையால்தான், பல நிறுவனங்கள் விதிக்கும் விலைகளில் சிறிய வித்தியாசம் இருந்தாலும், அதற்கு அவர்கள் வளைந்து கொடுக்கிறார்கள். போட்டிச் சந்தைகளின் சில எடுத்துக்காட்டுகள் உற்பத்திப் பொருளில் பெண்களின் ஆடைகள், சுரங்கத்தில் நிலக்கரி, விவசாயத்தில் கோதுமை முதலியனவாகும். இத் தொழில்கள் எல்லாவற்றிலும் நிறுவனங்கள் கணக்கற்றனவாயும் சிறியனவாகவும் உள்ளன. ஒரு நிறுவனத்தின் பொருள்கள் மற்றவற்றிலிருந்து வேறுபடுத்த முடியாதனவாக இருக்கின்றன.

ஆனால், மொத்த ஆக்கத்தின் நவீன முறைகளும் மொத்த விற்பனையும் போட்டியைத்[1] தவிர்க்க முடியாதனவாக இருக்கின்றன. அவற்றை ஏன் என்று பார்ப்பது மிகச் சுலபம். முதலில் நவீன உற்பத்தியைப் பற்றிக் கவனிக்கவும். அவை பெரிய அளவு மாறா மூலதனச் சாதனங்களை வேண்டி நிற்கின்றன, அவை குறைந்துசெல் நீண்டகாலச் செலவுகளால் உருவாக்கப்படுகின்றன. ஒரு சிறந்த வெளிப்பாட்டின் அளவில் இயங்கிக்கொண்டிருக்கும் ஒரு பெரிய தொழிற்சாலை, ஒரு சிறிய தொழிற்சாலை அவற்றின் மிகத் திறமையான உற்பத்தியளவில் இயங்குவதைக் காட்டிலும் குறைவான சராசரி செலவைப் பெற்றிருக்கும்.

இந்தத் தொழில் நுணுக்க நிலைமைகள் நிலவும்பொழுது போட்டியாக ஆரம்பிக்கும் ஒரு தொழிலும் விரைவில் வேறு சில சந்தை அமைப்பாகச் சீர் கெட்டு மாறும். .ஏனென்றால், அதிலுள்ள நிறுவனங்கள் பெரிய, மிகத் திறமையான தொழிற்சாலைகளை இயக்கி அவற்றின் உற்பத்திச் செலவைக் குறைப்பதாக அது வளர நேரிடும். ஆனால் அவை ஓரே காலத்தில் வளரமாட்டா. வரலாற்று நிகழ்ச்சிகள் சில நிறுவனங்கள் மற்றவற்றுக்கு முன்னர், பெரிய நவீன தொழிற்சாலைகளை ஏற்படுத்தும் என்பதையும் பெரிய தொழிற்சாலைகள் திறமையாக இயங்கியும் அவற்றின் அதிகரித்த மாறாச் செலவைச் சரிப்படுத்தக்கூடிய விற்பனை அளவை அடையும் பொருட்டு விலையைக் குறைக்க அவை நெருக்கப்படும் என்பதையும் உறுதியளிக்கின்றன. மேலும்

1 'போட்டி' என்ற வார்த்தையின் தொழில் நுணுக்கப் பொருளுக்கும் பொது உபயோகத்திற்கும் இடையில் ஒரு துரதிர்ஷ்ட வசமாக வெவ்வெறு திசைகளில் இயங்குகின்றன. போட்டிச் சந்தைகளில் பங்கு கொள்பவர்கள் பொதுப் பொருளில் ஒருவருக்கொருவர் போட்டியிடுவதில்லை. அவர்கள குறிப்பிடப்படாத சந்தைக் கட்டாயங்களுக்குப் பதிலளிக்கின்றன. மற்ற அமைப்புச் சந்தைகளில் பங்கு கொள்பவர்கள பலமாகப் போட்டியிடுகிறார்கள் (ஒவ்வொரு நிறுவனமும் அதன எதிரிகளின் விலைகள், பொருகள்ளின் மேல் கண்வைத்துத் தனது விலையை அதற்கேற்பச் சரி செய்கிறது, எதிரிகளின் பொருளைக் காட்டிலும் அதிக விற்பனைக் கவர்ச்சியுடையதாக்குகிறது. ஆனால், பொதுப்பொருளில் போட்டியென்று கூற முடியாது, அது விலைப்போட்டிக்கு ஒதுக்கப்பட்டுள்ளது. நாம் 'போட்டி' போட்டித் தன்மை, முதலிய சொற்களைத் தொழில் நுணுக்கப் பொருளில் எப்போதும் பயன படுத்துவோம. ஆனால் வினைச்சொல் போட்டி என்ற சொல்லை இரண்டு பொருளிலும் பயன்படுத்துவோம். இவற்றைப் புரிந்து கொள்ள வேண்டும். குழப்பத்திற்கு இடம கொடுக்கக்கூடாது.

அவற்றின் அதிகமான திறமையால், அவற்றின் சிறிய போட்டியாளர்களின் சராசரி செலவிற்கும் கீழ் உள்ள விலையில் பெரிய நிறுவனங்கள் லாபகரமாகச் செயல்பட்டுக் கொண்டிருக்கமுடியும். இது நிலையற்ற நிலையை ஏற்படுத்தும். ஒன்றன் பின் ஒன்ருகச் சிறிய நிறுவனங்கள் சந்தையிலிருந்து வெளியேற்றப்பட்டு, அவற்றின் மதிப்புள்ள வாடிக்கையாளர்களைப் பெரிய நிறுவனங்களுக்குக் கொடுத்துவிடக் கட்டாயப்படுத்தப்படும். அப்படியாகப் பெரியவை இன்னும் பெரியனவாக உருவாகும். இறுதியாக ஒரு சில நிறுவனங்கள் மட்டும் நிலைக்கும். அவை யாவும் சிக்கனத்தின் முழு நன்மையைப் பெறும்படியான அளவிற்குப் பெரியனவாய் இருக்கும்.

இந்த நிலைமையை அடையும்பொழுது உண்மைப் போட்டி நீடிக்காது. இந்த நிலைமை உண்டாவது பல காரணிகளைச் சார்ந்துள்ளது. மிகவும் திறமையுள்ள ஒரு நிறுவனத்தால் பணியாற்றும் சந்தையின் விகிதாச்சாரத்தைக் குறிப்பாகச் சார்ந்துள்ளது. மூன்ரும் அதிகாரத்தில் (அட்டவணை 3—6-ல்), முழுக்கத் திறமையான இரண்டு அல்லது மூன்று நிறுவனங்களுக்கு மட்டும், ஒரு பெரிய தேசிய சந்தையிலும்கூட இடம் உண்டு. ஜெனரல் எலக்ட்ரிக்—வெஸ்டிங் ஹவுஸ் கம்பெனி ஒரு போட்டிச் சந்தையில் அவை பங்குதாரர்கள் என்று நடிக்க முடியாது. அவை இரண்டும், அவை விற்கும் பல பொருள்களின் உற்பத்தி அளவையும் விலையையும் அவற்ருல் கட்டுப்படுத்த முடியாது. இந்த அனுபவம் உதவாது. ஆனுல், அவற்றின் நடத்தையைப் பாதிக்கும். அவை ஒரு சில்லோர் முற்றுரிமையை ஏற்படுத்துகின்றன (அதிகாரம் 2ஐப் பார்). நமது விளக்கத்தைத் திருப்பிக் கூறினுல்,

ஒரு சில்லோர் முற்றுரிமை என்பது, ஒரு சில நிறுவனங்கள் உள்ள ஒரு சந்தையாகும். அதில் ஒவ்வொன்றும் அதன் நடிப்புகள் விலையிலும் பொருளின் அளிப்பிலும் ஒரு குறிப்பிடத்தக்க தாக்கலைப் பெற்றிருக்கின்றது என்பதைக் கண்டுணர்கிறது.

ஒரே ஒரு நிறுவனம் முழுச் சந்தைக்கும் அல்லது அதில் பெரும் பகுதிக்கு அளிப்பைக் கொடுக்கக் கூடியவாறு பெரியதாக இருக்கும் வரை சிக்கன அளவு நீடித்து அளிக்கும் (அஃதாவது நீண்டகாலச் சராசரி செலவு வளைகோடு குறைந்து கொண்டிருந்தால்) என்ற ஒருமைப்பாட்டுமுறை மேலும் நீடிக்கும். அப்படியானுல் ஒரே ஒரு நிறுவனம் மட்டும் நிலைக்கும். இப்படியாக ஒரு முற்றுரிமை உருவாகும்.

முற்றுரிமை என்பது ஒரு சந்தை. அதில் எல்லாப் பொருள்களும் ஒரே ஒரு விற்பனையாளரால் கொடுக்கப்படும்.

பின்னர், நாம் அறியப்போவதுபோல், சிலோர் முற்றுரிமையாளர்கள், அவர்களின் நிறுவனங்களை ஒரு முற்றுரிமையாகச் சேர்க்கும் பலத்த தூண்டுதல் இருக்கும். அஃது அவர்களின் நோக்கு நிலையில் மிக லாபகரமான சந்தை அமைப்பாகும். 19-ம் நூற்றுண்டின்[1] இறுதியில் பொறுப்பாண்மை இயக்கத்தின் தோற்றம் இதுதான். பொறுப்பாண்மைக் கழகங்களும் இதர ஒற்றுரிமை அமைப்புகளும் ஒரு சில வேளைகளில் தவிர, இது போன்றவை இந்த நாட்டின் சட்ட விரோதமானவையாகும். இருந்தாலும், நீதித்துறையின் பொறுப்பாண்மை எதிர்ப்புப் பகுதியின் முழுக் கவனிப்புப் பல கள்ளத்தனமான அமைப்புகளில் திரும்ப உருவாவதைத் தடுக்க வேண்டியிருக்கிறது.

சிக்கன அளவின் ஓர் உச்சநிலை அமைப்பு இயற்கை முற்றுரிமை எனப்படுவது, உள்ளூர் மின் சக்தி கம்பெனிகள், தொலைபேசிக் கம்பெனிகள், மற்றும் பொது பணித்துறை முதலியவற்றால் மெய்ப்பிக்கப் படுகிறது. அங்கு ஒரு பெரிய நிறுவனத்தின் அளிப்பிற்கான தொழில் நுணுக்க நன்மைகள் மிகவும் விரிவாக இருப்பதால், ஒரே ஒரு நிறுவனத்திற்கு அரசாங்கம் அனுமதி அளித்து, முழுச் சந்தைக்குச் சேவை செய்யச் செய்கிறது. இதற்குப் பதிலாக அந்த நிறுவனம் போதிய அளவு அளிப்பை நியாயமான விலையில் கொடுத்து ஒழுங்குச் சட்டங்களுக்கு அடிபணிகிறது. ஒழுங்குபடுத்துப் பதிலாள்கள் முற்றுரிமையிலிருந்து முற்றுரிமையாக நடப்பதைத் தடுக்கிறது. இஃது ஏன் முக்கியமானது என்பதை விரைவில் பார்ப்போம்.

சுருக்கமாய்க் கூறினால், பேரளவு உற்பத்தியின் நன்மைகள் அல்லது சிக்கன அளவுகள் சிலோர் முற்றுரிமையையும் உச்சநிலை அமைப்பான முற்றுரிமையையும் தோற்றுவிக்கின்றன. பேரளவு விற்பனையின் நன்மைகள் சிக்கன அளவின் விளைவுகளைப் பலப்படுத்தியும் பல நிலைகளில் மாற வைக்கவும் செய்கின்றன.

பேரளவு விற்பனை

பேரளவு விற்பனை என்பது, போட்டியை ஒத்த அண்மைக் காலத்திய ஒரு நிகழ்ச்சியாகும். 'உனீடா பிஸ்கட்ஸ்' (Uneeda Biscuits) என்பதை வெளியிட்ட தேசிய பிஸ்கட் கம்பெனியால் இக் கண்டு பிடிப்பு ஏற்பட்டது. இது 70 ஆண்டுகளுக்கு முன்னர் நிகழ்ந்தது. அண்மைக்காலக் கண்டுபிடிப்பு எதுவும், மோட்டார்

[1] ஒரு பொறுப்பாண்மைக் கழகம் என்பது, கூட்டுரிமையுடைய முறையாகும். அதில் பல சில்லோர் முற்றுரிமை நிறுவனங்களின் பங்குள்ளவர்கள், அவர்களின் பங்குகளைப் பொறுப்பாண்மையில் வைக்கும் ஓர் அமைப்புக்குக் கொடுக்கிறார்கள். அப்படியாக நிறுவனங்களைக் கட்டுப்படுத்தி அவர்களின் கொள்கைகளை ஒரு தரப்படுத்துகிறார்கள். பங்காளிகள் 56—57ஐ. ரிச்சர்ட் கேவுஸ், அமெரிக்கன் தொழில் கட்டு, நடப்பு, செயல்நிறைவேற்றம், 2ஆம் சீரிஸ்.

வண்டியைத் தவிர, நமது வாழ்வில் ஓர் ஆழ்ந்த ஊடுருவக்கூடிய ஒரு தாக்கைப் பெற்றிருக்கவில்லை. பேரளவு விற்பனை, ஒரு நிறுவனத்தின் பொருளிலிருந்து அதன் போட்டியாளர்களினுடையதிலிருந்து வேறுபடுத்துவது குறியிடுமுறையாலும், வணிக அடையாளங்கள், விளம்பரத்தால் அந்த அடையாளப் பொருளை விரும்பச் செய்வது முதலியவற்றைப் பெற்றிருக்கிறது. பேரளவு விற்பனை, பேரளவு உற்பத்தி, சில்லோர் முற்றுரிமை அமைப்பு ஆகியவற்றின் இடை விளைவு மிகவும் கடுஞ் சிக்கலானதாக இருக்கிறது. பேரளவு விற்பனை, அதன் உற்பத்தியாளருடன் ஒரு பொருளை அடையாளம் கண்டுணர்[1]வதைச் சார்ந்துள்ளது, ஒரு சில்லோர் முற்றுரிமையில் நீண்டகாலக் குறைந்து செல்செலவுகளை அடிப்படையாகக் கொண்டவற்றில் இந்த அடையாள உணர்வு தானாக வருகிறது. ஓர் அரை டஜன் நிறுவனங்கள் ஒரு பொருளை உற்பத்தி செய்யும்பொழுது வாங்குவோர் எப்பொருள் எக்கம்பெனியால் தயார் செய்யப்பட்டது என்பதை அறிந்து கொள்ளுகிறார்கள். உற்பத்தியாளரின் கையொப்பம் ஒவ்வொரு பொருளின் மேலும், அல்லது அவரது நிறுவனத்தின் பெயர், அல்லது விரிவான வணிகக் குறி முதலியவற்றால் அறியப்படுகிறது. இந்த நிலைகளில் நிறுவனத்தார் நுகர்வோர் விருப்பத்தைப் பூர்த்தி செய்யக் குறிப்பிட்ட பொருளை உண்டாக்க முயலுகிறார்கள்.

இச் சந்தர்ப்பம் ஒரு தேவையாக இருக்கிறது. ஏனென்றால் பேரளவு உற்பத்தியின் சிக்கனம், போட்டியிடும் சில்லோர் முற்றுரிமையாளர்களின் போட்டித் தன்மை இயல்பாக இருக்கின்றன. பேரளவு உற்பத்தி பலத்த மாறாச் செலவுகளையுடைய ஒரு விரிவான தொழிற்சாலையை வேண்டி நிற்கிறது. அதனால், ஒரு பெரிய அளவு விற்பனை சாதகமாகிறது. ஒரு பெரிய தொழிற்சாலையின் சொந்தக்காரர் ஒரு தெரியாத பழக்கமற்ற சந்தைக்கு அவரது விற்பனை அளவை ஒப்படைக்க முடியாது. அங்கு ஓர் உயர்ந்த விலைப் போட்டியாளர் அவரிடமிருந்து விற்பனையைத் திருடமுடியும். அல்லது ஒரு மதிப்புப் பெறக்கூடிய போட்டியாளர் அவரது வாடிக்கையாளர்களை எளிதாகக் கவரலாம். அவரது வாடிக்கையாளர்களை அவருடன் எவ்வளவு முடியுமோ அவ்வளவு நெருக்கமாக வைத்துக்கொள்ளவேண்டும். இங்கேதான் பேரளவு வாணிபம் உதவுகிறது. ஏனென்றால், சில்லோர் முற்றுரிமையாளர்கள், மற்றவர்களின் வாடிக்கையாளர்களைக் கவரப் பாடுபட்ட அவர்களைத் தங்களுடையவர்களாக ஆக்கிக்கொள்ள கிடைக்கும் மிகவும் சக்திவாய்ந்த கருவிகளாக இருக்கின்றனர். ஆகப் பேரளவு

[1] ஒரு போட்டித் தொழிலில் உற்பத்தியாளர்களின் ஒப்பிடத்தக்க மறைவு நிலை பெண்களின் ஆடைகளால் விளக்கப்படுகிறது. ஒரு பெண் ஆடையின் விலையையும் பார்வையையும் விரும்பினால் அவள் வாங்குகிறாள்; எந்தக் கம்பெனி உற்பத்தி செய்தது என்பதைப்பற்றி அபூர்வமாக அறிகிறாள், அல்லது கவனிக்கிறாள்.

வாணிபத்தை ஏற்படுத்தும் சில்லோர் முற்றுரிமையும் அதை அவசிய மானதாக உண்டு பண்ணுகிறது.

ஆனால், பேரளவு வாணிபமுறை சில்லோர் முற்றுரிமைக்குத் தொழில் நுணுக்க அடிப்படையற்ற இடத்திலும் வெற்றிபெற முடியும். அது சில்லோர் முற்றுரிமையைத் தனிமையானதாக ஏற்படுத்தும். இது பல தொழில் நுணுக்கம்மூலமாக நேரிடுகிறது. அதில் விளம்பரத்தில் மிக நிலையானதாக உள்ள சிக்கன அளவர்க உள்ளது. ஒரு நிறுவனம் ஒரு விளம்பரத்தின் நுழைத்தல்களின் எண்ணிக்கையை இரு மடங்காக்கினால், அல்லது விளம்பரம் வாயிலாக முன்னர் இருந்ததைவிட இரட்டிப்பாக ஆக்கினால், அதன் விளம்பரச் செலவுகள் இரட்டிப்பாகும். அதன் பயனாக அதன் நடவடிக்கையின் விளைவும் இரண்டு மடங்கைவிட அதிகமாக இருக்கும். இந்த நிகழ்ச்சியின் உள உணர்ச்சிகளின் காரணங்கள் இருள் சூழ்ந்தனவாக இருக்கின்றன. ஆனால், ஒரு நிறுவனத்தின் விளம்பரங்களுக்குத் திரும்பத் திரும்ப வெளிப்படுத்துதல் ஒவ்வொருவரையும் பலப்படுத்துகிறது. விளம்பர மனிதர்கள், 'திரும்பச் செய்தல் கௌரவமாகும்' என்று கூறுகிறார்கள். விளம்பர இயக்கம் வாடிக்கையாளர்களிடம் பொருள்களை வாங்கும் பொழுது பழக்க உணர்ச்சியை ஏற்படுத்தி உத்தரவாதம் அளிக்கிற தென்றும், நிலையற்ற தெரியாத விளம்பரமற்ற பொருள்களை வாங்கும் பொழுது திகைக்கிறார்கள் என்பதும் வெளிப்படையாகும். சில வேளை களில் ஒரு நிறுவனம் விளம்பரத்திற்காகப் பெருவாரியாகச் செல விட்டால் அது மட்டமான பொருள்களை அளிக்காது என்று நம்பு கிறார்கள். அது அப்படியேயிருக்க, ஒரே ஒரு, அல்லது அபூர்வ வெளிப் படுத்தல், நுகர்வோரை வாங்கத் தூண்டாது. ஆனால், அடிக்கடி விளம்பரச் சாதனங்களின்மூலம் நல்லதொரு உணர்ச்சியை ஏற்படுத்து கிறது. இது பெருவாரியான விளம்பரங்களைத் தாங்கிக்கொள்ளும் பெரிய நிறுவனங்களுக்குக் குறிப்பிட்ட நன்மைகளைக் கொடுக்கிறது. சில்லோர் முற்றுரிமைக்கு அது துணையாக இருக்கிறது.

மேலும் விற்பனையில் வெற்றி தானே பலப்படுத்துவதாகும். எதிர் நோக்கி வாங்குபவர்கள், அவர்களைச் சுற்றியுள்ளவர்கள் ஒரு குறிப் பிட்ட தரத்தைப் பயன்படுத்துவதைப் பார்க்கும்பொழுது, அது திருப்தி கரமான, உயர்ந்த பணியைக் கொடுக்கிறதென்று எண்ணுகிறார்கள். இது தான் செய்முறை விளைவு (Domonstration effect) எனப்படும். இதனால், நல்ல ஒரு விற்பனையும் அடுத்த ஒன்றை மிகவும் எளிதாக்கு கிறது. எல்லா இடங்களிலும் தெரியும் பொருள்களை உற்பத்தி செய்யும் பெரிய நிறுவனங்களுக்கு அஃது ஒரு நன்கொடையாகும். அதற்கு மாறாகச் சிறிய, குறைவாகத் தெரியப்பட்ட நிறுவனங்கள் அவற்றின்

தரத்திற்கு நுகர்வோர்களைக் கவரத் துன்பப்படுகிறார்கள். உருவத்தில் ஒரு வித்தியாசம் அதிகரிப்பை ஏற்படுத்தும்; ஆனால் சுருங்காது.

இறுதியாகப் பேரளவுப் பகிர்வின் வழிகளைத் திறந்து கொடுக்கும் திறவுகோலாக இருக்கிறது. மோட்டார் வண்டிகள், வாயு முதலிய சில பொருள்கள் சில அனுமதிக்கப்பட்ட விற்பனையாளர்கள் மூலம் விற்கப்படுகின்றன. அப்படிப்பட்ட பொருள்களுக்கு, ஒவ்வோர் இடத்திலும் அளிக்கப்படும் விற்பனை அளவு ஒரு குறைந்த திறமையான அளவில் வெளிப்படும் வழியைத் தாங்கும் போதுமான அளவு பெரியதாக இருக்கவேண்டும். வெளிப்படும் வழிகளின் எண்ணிக்கை, பொருள்கள் விற்பனையாகும் பகுதிகளில் வாடிக்கையாளர்களுக்கு வசதியான சேவையை அளிக்கக்கூடிய அளவிற்குப் பெரிய அளவுடையதாய் இருக்கவேண்டும். அஃதாவது முழு நாட்டிற்கும் (தேசிய விளம்பர நன்மைகளைப் பெறும்படியாக) ஒரு பெரிய வழிகளின் எண்ணால் பெருக்கத் தேவையான ஒவ்வொரு வழியின் விற்பனை அளவு ஒரு பெரும் விகிதாச்சாரத்தை முழுச் சந்தைக்கும் விற்கும் தேவைகளை ஏற்படுத்துகிறது. ஆக இதுதான் சில்லோர் முற்றுரிமையாகும்.

பொதுச் சில்லரை விற்பனைமூலம் பகிர்ந்தளிக்கப்படும் பொருள்களுக்குப் பெரிய அளவும் முக்கியமாகிறது. நுகர்வோர், அவர் பார்க்கும், சொல்லப்போனால், விற்பனையாளர்களின் பொருள் அறையில் பார்வைக்கு வைக்கப் பெற்றிருப்பதைப்பார்த்து, அதைப் பெரும்பாலும் வாங்குவார். விற்பனையாளர்களும் நன்றாக விற்பனையாகும் பொருள்களைத் தெரியும் படியாகச் சாமான் அலமாரிகளில் வைக்கிறார்கள். இப்படியாகப் பெரிய அளவு இன்னும் பெரிய அளவிற்கு உதவுகிறது. இங்கு மற்றொரு தானே பலப்படுத்தும் முறை இருக்கிறது. இந்த எல்லா நுணுக்கங்களும் ஒன்றையொன்று பலப்படுத்துகிறது. சுருக்கமாகப் பெரும் அளவு ஒரு நிறுவனத்திற்கு ஒரு நன்மையாகும். பெரிய நிறுவனங்கள் வளர்கின்றன. சிறியவை மறைகின்றன; அல்லது சந்தையின்[1] தனித் தன்மை வாய்ந்த குறுகியனவாக மாறுகின்றன.

பல தொழில்களில் பேரளவு உற்பத்தியின் நன்மைகளும் பேரளவு விற்பனை முறையும் ஒரு சில கைகளில் குவிந்திருக்க வழிசெய்கின்றன. இறுதியான குவிப்பு, அஃதாவது சர்வாதீனம் சட்டத் தடுப்புகளால் பாதிக்கபடுவதால், நவீனத் தொழில் பொருளாதாரத்தில் சில்லோர்

[1] இப் பலப்படுத்தும் நுணுக்கங்களில் பத்திரிகை விளம்பரம் ஒரு முதன்மை எடுத்துக்காட்டாகும். அதன் விளைவு என்னவென்றால், ஒரு சில பேராற்றல் வாய்ந்த டைம் (**Time**) முதலியவற்றின் பிரசுரம் சிறிய நிறுவனங்கள், ஆயிரக் கணக்கான, மூலம் எல்லைப்படுததப்பட்ட சந்தைகளுக்கு விற்பனை செய்கிறது இச் சிறு நிறுவனங்கள் 'போட்டியுள்ள ஓரம்' என்று அழைக்கப்படுகிறது.

முற்றுரிமை ஒரு வகையான சந்தை அமைப்பாக உருவெடுத்தது வியக்கத்தக்கதன்று. இயல்பாகப் புகழ்பெற்ற எல்லாக் கம்பெனிகளும் சில்லோர் முற்றுரிமையாக இருக்கின்றன. இப்போது இவ்விரண்டு சந்தை அமைப்புகளின் செயல் முறையைக் கண்டறிய வேண்டும். முற்றுரிமை எளிதாக உள்ளமையால் முதலில் ஏற்படுகிறது.

முற்றுரிமை

ஒவ்வொருவரும் மகிழ்ச்சியான முற்றுரிமையாளரைப் பார்த்துப் பொறுமைப்படுகிறார். போட்டி நிறுவனம் சந்தை விலையில் விற்று, உற்பத்திச் செலவை மிகவும் குறைந்த நிலையில் வைத்து முடிந்த அளவு லாபத்தைப் பெறுகின்றன. அப்படியிருந்தாலும், அதன் லாபம் போட்டியிடப்பட்டுக் குறைக்கப்படும். சில்லோர் முற்றுரிமையாளர்கள் பலமான எதிரிகளைப் பெற்றிருக்கிறார்கள். ஆனால். முற்றுரிமையாளர் அவரது சொந்த விலையைத் தேர்ந்தெடுக்கிறார். மேலும் அவருக்கு அபாயகரமான எதிரிகள் இல்லை. அவருக்கு உண்மையில் எதைப் பற்றியும் கவலைப்படத் தேவையில்லை. ஆனால், எதிர் பொறுப்பாண்மைப் பகுதியும் ஒழுங்குபடுத்துக் குழுவும் இருக்கலாம். இந்த ஒப்பற்ற சலுகையின் நன்மைகளை எடுத்துக்கொள்ள அவர் எப்படி நடந்து கொள்ளவேண்டும்?

அதற்குப் பதில் நமக்கு தெரிந்தத் ஒன்றாக இருந்தாலும், அதைத் தெளிவாக விளக்கி ஒரு புதிய கருத்தை அறிமுகப்படுத்தவேண்டும். முற்றுரிமையாளரின் முக்கிய நூதனம் என்னவென்றால், அவரது நிறுவனத்தின் தேவை வளைகோடு, அவரது பொருளுக்கான தேவை வளைகோட்டுடன் ஒத்ததாக இருக்கிறது. முற்றுரிமையாளர், அவரது பொருளின் விலையைத் தீர்மானிக்கும் தகுதியைப் பெற்றுள்ளார். அப்படியானால், அவரது பொருளின் தேவை வளைகோட்டின் மேலுள்ள விலைக்கேற்ற அளவை மட்டும் அவர் விற்கமுடியும். அவர் விலையை உயர்த்தினால் அவர் குறைவாக விற்கத் தயாராக இருக்க வேண்டும். அவர் அதிகமாக விற்கவேண்டுமானால் விலையைக் குறைக்க வேண்டும். ஆகையால் லாபகரமான விலையைக் கண்டுபிடிப்பது, அஃதாவது அவரது தேவை வளைகோட்டின் அளவைக், காண்பது முக்கியமான தீர்மானப் பிரச்சினையாகும். அவரது இறுதி நிலைகளைச் சமப்படுத்தும் தெரிந்த முறையால் அதைச் செய்கிறார். அஃதாவது ஒரு கூடுதலான அலகை விற்பதால் ஏற்படும் மொத்த விற்பனை வருமான அதிகரிப்புடன் அவரது பொருளின் இறுதிநிலைச் செலவைச் சமப்படுத்துவதன்மூலமாகும். இததான் நாம் விரும்பிய இறுதிநிலை வருமானம் [1] எனப்படும் கருத்து.

1 இறுதிநிலை வருமானத்திற்கும் இறுதிநிலைச் செலவிற்கும் உள்ள சரியான செப்பத்தைக் கவனிக்க வேண்டும்.

இறுதிநிலை வருவாய் என்பது ஒரு கூடுதலான அலகை விற்பதிலிருந்து கிடைக்கும் மொத்த விற்பனை மதிப்பின் அதிகரிப்பாகும்.

ஒரு முற்றுரிமையாளரின் தெளிவான குணம் என்னவென்றால், ஒரு போட்டி நிறுவனத்திலுள்ளதைப்போல், ஒரு முற்றுரிமையாளரின் இறுதிநிலை வருவாய் அவரது விலைக்குச் சமமாக இருக்காது. ஒரு முற்றுரிமையாளர் ஒரு கூடுதலான அலகை விற்கவேண்டுமானால், அவரது தேவை வளைகோட்டின்[1] சாய்விற்கேற்ப விற்கப்படும் எல்லா அலகுகளின் விலையையும் குறைக்கவேண்டும். ஆகையால் ஒரு கூடுதலான அலகை விற்பதால் கிடைக்கும் தொகை விற்கும் விலையை விடக் குறைவாக இருக்கும். முன்னர் விற்ற விலையின் குறைப்பு நீக்கப்பட வேண்டியுள்ளது. ஒரு முற்றுரிமையாளருக்கு, ஒரு போட்டியாளருக்கு இல்லாததைப்போல் விலைக்கும் இறுதிநிலை வருவாய்க்குமுள்ள வேறுபாட்டை வெளிப்படுத்தவேண்டும்.

இறுதிநிலை வருவாய் இறுதிநிலைச் செலவுக்குச் சமமாக இருக்கும் விற்பனை அவற்றைத் தெரிந்தெடுப்பது ஒரு முற்றுரிமையாளருக்கு ஏன் மிகவும் லாபகரமாய் இருக்கும் என்பது மிகவும் தெளிவான ஒன்றாகும். இறுதிநிலை வருவாய் இறுதிநிலைச் செலவைவிட அதிகமாய் இருந்தால், ஒரு கூடுதலான பொருளை உற்பத்தி செய்வதால் ஏற்படும் செலவைவிட ஒரு கூடுதலான பொருளை விற்பதால் அவரது விற்பனைக்கு அதிகமாக அளிக்கும். அஃது அவரது லாபத்தை அதிகரிக்கும். மாறாக, இறுதிநிலை வருவாய் இறுதிநிலைச் செலவைவிடக் குறைவாக இருந்தால், அவர் உற்பத்தி செய்யும் கடைசி அலகிற்கான பணத்தை இழப்பார். அதைப் போலவே மற்ற பொருள்களின்மீதும், ஆனால் இறுதிநிலை வருவாயும் இறுநிலைச் செலவும் சமமாக இருந்தால் அவரது உற்பத்தி அளவையும் விற்பனையையும் குறைத்தோ அல்லது அதிகரித்தோ அவரது லாபத்தை அதிகரிக்க முடியாது.

ஒருபோட்டி நிறுவனத்தின் நோக்கு நிலையில். அவரது பொருளுக்கான தேவை வளைகோடு கவர்ச்சியற்றுத் தூரத்தில் இருக்கும். அவரது விற்பனை அளவில் எந்த ஒரு பார்வையான அதிகரிப்பும் தொழிலின் மொத்த விற்பனையில் அல்லது சந்தை விலையில் ஒரு

1 'தேர்ந்தளி முற்றுரிமையாளர்' என்ற ஒன்று உண்டு. உற்பத்தியின் வெவ்வேறு அலகிற்கு வெவ்வேறு விலையை விதிக்கும் நிலையில் இருப்பவராவார். இது முற்றுரிமை நேர்நிலையைவிடச் சிறந்தது. ஒரு சாாசரி பெயர்பெற்ற அறுவை மருத்துவர் இந்த மகிழ்ச்சி நிலையில் உள்ளார். அதைப் போலவே மின்-பயன்பாட்டுக் கம்பெனிகளும் ரயில்பாதைகளுமாகும்; ஆனால், தேர்தறி முற்றுரிமையைப் பற்றிக கற்க முடியாத நிலையில் உள்ளோம்.

தெளிவான விளைவைப் பெற்றிருக்கும். ஆனால், ஒரு முற்றுரிமையாளர் அவரது செயலாள் விலையைக் குறைக்க முடியும் என்பதை உணர்கிறார். அஃது ஒரு போட்டி நிறுவனத்திற்குள்ளதைவிட அவருக்குக் குறைவான கவர்ச்சியுள்ளதாக உற்பத்தியின் அதிகரிப்பை உண்டாக்குகிறது.

இது பார்ப்பதற்கு ஒரு முற்றுரிமையாளர் ஓர் அலகு 13 டாலர் விலையில் மாதத்திற்கு 800 அலகுகளை விற்கிறார் என்றும், மாதம் ஒன்றுக்கு 801 அலகுகளை விற்கவேண்டுமானால் அவரது விலையை $\frac{5}{8}$ சென்டுகள் குறைக்கவேண்டுமென்றும் நினைத்துக் கொள்ளுவோம். அப்படியானல் ஒரு மாதத்திற்கு 801 அலகுகளின் உற்பத்தியுடன் இருக்கும் அவரது மொத்த விற்பனையின் மதிப்பு 800 + 13 டாலர் = 10,400 டாலர்கள் 801 அலகுகளை உற்பத்தி செய்தால் அவரது மொத்த விற்பனையின் மதிப்பு 801 × (13 டா — டா.0065) = 10,407.99 டாலர்களாகும். அவரது இறுதிநிலை வருவாய் 8 டாலராக இருக்கும். அது அவர் விதிக்கும் விலையாகிய 13 டாலரைவிடக் குறைவாக இருக்கும்.

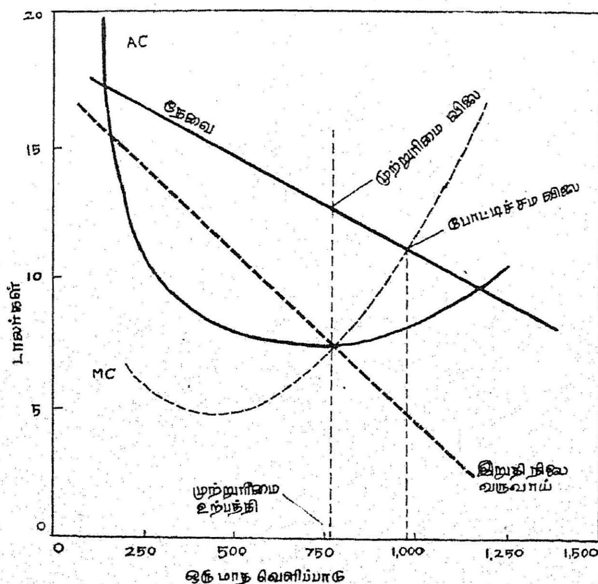
முற்றுரிமையாளர் 800-லிருந்து 801க்கு விற்பனையை அதிகரிக்க விரும்புகிறாரா இல்லையா என்பதை அவரது இறுதிநிலைச் செலவுடன் இறுதிநிலை வருவாயை ஒப்பிடுவதைப் பொறுத்துள்ளது. மாதத்திற்கு 800 அலகு உற்பத்தியில் அவரது இறுதிநிலைச் செலவு 8 டாலரைவிடக் குறைவாக இருந்தால், அவரது உற்பத்தியை அதிகப்படுத்துவது லாபகரமாக இருக்கும். ஆனால், அவரது இறுதிநிலைச் செலவு 8 டாலரைவிட அதிகமாய் இருந்தால், அவரது விலையாகிய 13 டாலரைவிடக் குறைவாக இருந்தாலும் அவரது உற்பத்தியை மாதத்திற்கு 799க்கு அல்லது இன்னும் குறைவாக உற்பத்தி செய்ய விரும்புவார் (அஃது அவரது விலையை $\frac{5}{8}$ சென்டுகளாக உயர்த்துவதற்கு அனுமதிக்கும்). அவரது இறுதிநிலைச் செலவு அலகுக்கு 8 டாலராக இருந்தால், அவர் 800 அலகுகளை விற்றுத் திருப்தியடைவார். பொதுவாக, ஒரு முற்றுரிமையாளர் அவரது இறுதிநிலை வருவாய் அவரது இறுதிநிலைச் செலவுக்குச் சமமாக இருக்கும் தேவை வளைகோட்டின் மேலுள்ள ஒரு விலை-அளவுத் தொகுப்பைத் தேர்ந்தெடுப்பார்.

இதுதான் போட்டித் தன்மைக்கும் முற்றுரிமைக்குமுள்ள சிறப்பான வித்தியாசம். போட்டியாளர் முற்றுரிமையாளர் இருவரும் இறுதிநிலை வருவாய் இறுதிநிலைச் செலவிற்குச் சமமாக இருக்கும் பொருள்களை உற்பத்தி செய்கிறார்கள். ஆனால், ஒரு போட்டியாளரின் இறிதிநிலை வருவாய் அவரது விலைக்குச் சமமாக இருக்கும். அதே நேரத்தில் ஒரு

போட்டியாளருக்குத் தவிர்க்க முடியாதபடி குறைவாக இருக்கிறது. நாம் விரைவில் இதன் விளைவைப் பார்க்கலாம்.

ஒரு கோட்டுப் படத்தின்மூலம் முற்றுரிமை

ஒரு முற்றுரிமையாளரின் நடத்தையை ஒரு வசதியான வரைபடத்தின்மூலம் ஆராயலாம். அதை உண்டாக்குவதற்கு, அதிகாரம் 3-ல் விவாதிக்கப்பட்ட போட்டி நிறுவனத்திலுள்ளதைப்போல், அதே செலவு விவரங்கள் ஒரு முற்றுரிமையாளருக்கு இருப்பதாகக் கற்பனை செய்வோம். அஃது அட்டவணை 3—3-ல காட்டப்பட்டுள்ளது (வசதிக்காக அச் செலவு விவரங்கள் அட்டவணை 6—1லும் திரும்பக்



வரைபடம் 6—1

ஒரு முற்றுரிமையாளரின் குறுங்காலச் சமநிலை: ஒரு போட்டியாளருக்கு இருப்பதைவிட விலை உயர்ந்ததாக இருக்கும். அளவு சிறிய அளவாக இருக்கும்.

கூறப்பட்டுள்ளது. மேலும் 6—1-லும் கோடிடப்பட்டுள்ளது). ஒரு முற்றுரிமையாளர் ஒரு சந்தை விலையை எதிர்நோக்குவதில்லை. ஆனால், அவரது பொருளுக்கான தேவை வளைகோட்டைக் கருத வேண்டியிருக்கிறது. அவர் தேர்ந்தெடுக்கும் நல்ல ஒரு விலையிலும் எத்தனை

அலகுகளை விற்க முடியும் என்பதைக் காட்டவேண்டும். இந்த வளை கோடு படம் 6—1[1] -ல் காட்டப்படுகிறது.

ஒரு முற்றுரிமையாளருக்கு ஒரு மாதத்திற்கு ஒரு கூடுதலான விற்பனையின் தகுதி அதன் விலையைச் சார்ந்திருக்காது. ஆனால், அது கொடுக்கும் அதன் இறுதிநிலை வருவாயைச் சார்ந்திருக்கும். அதைப்பற்றி விலையைவிடக் குறைவாக இருக்கும் என்பதை ஏற்கெனவே தெரிவித்துள்ளோம். ஒவ்வொரு விற்பனை அளவிற்கேற்ற இறுதிநிலை வருவாயும் இந்தப் படத்தில்[2] காட்டப்பட்டுள்ளது.

அட்டவணை 6—1 ஒரு முற்றுரிமையாளருக்கான செலவும் வருவாய் விவரமும்

மாத உற்பத்தி அலகுகள்	சராசரிச் செலவு (அலகில் டாலர்)	இறுதிநிலைச் செலவு (அலகில் டாலர்)	விலை அலகில்	இறுதிநிலை வருவாய் (அலகில் டாலர்)
100	19.00	—	17.375	16.74375
200	13.00	7.00	16.750	15.49375
300	10.67	6.00	16.125	14.24375
400	9.50	6.00	15.500	12.24375
500	8.80	6.00	14.875	11,74375
600	8.42	6.50	14.250	10.49375
700	8.21	7.00	13.625	9.24375
800	8.19	8.00	13,000	7.99375
900	8.33	9.50	12.375	6.74375
1000	8.65	11.50	11.750	5.49375
1100	9.14	14.00	11.125	4.24375

[1] வரைபடத்தில் தேவை வளைகோடுகளுக்கான சூத்திரம் $P = 18-(X/160)$ ஆகும். அச் சூத்திரம் நுகர்வோர்கள் எந்த ஒரு கொடுக்கப்பட்ட மாத அளவையும், அஃதாவது Xஐ, வாங்கும் விலையை, p காட்டுகிறது. $X = 1200$ என்பதை முயற்சிசெய். ஒரு மாதத்திற்கு வாங்கப்படும் 1,200 அலகுகளின் விலைக்கானதை p= டாலர் 10.50ஐ நீ பெறுவாய்.

[2] எந்த ஓர் அளவிலும் ஒரு கூடுதலான விற்பனையிலிருந்து கிடைக்கும் இறுதிநிலை வருவாய் பின்வரும் வழியில் தேவை வளைகோட்டின் ஒரு விளைவாகும். எந்த ஒரு விற்பனை அளவிலும், TR (x), எனப்பட்ட மொத்த வருவாய் அளவு நேர் விலைக்குச் சமமாகும். அல்லது xp (x) அங்கு p,x ஐச் சார்ந்துள்ளது என்பதை ஞாபகப்படுத்த pக்கு p(x) என எழுதுவோம். அப்படியாக,

இறுதி நிலை வருவாயும் இறுதிநிலைச் செலவு வளைகோடுகளும் ஒரு மாதம் 800 அலகுகளின் ஓர் உற்பத்தியில் வெட்டுகின்றன. (இந்த நேரத்தில் சராசரி செலவு வளைகோடு சம்பந்தமற்றதாக உள்ளது). நமது முன்னைய ஆய்வின்படி சிற்றுரிமையாளருக்கான லாபகரமான உற்பத்தி இதுதான். ஆகையால், தேவை வளைகோட்டின்மேல் அதற்கேற்ற விலையை விதிக்கவேண்டும். அல்லது 13 டாலர் உயர்ந்த விலையை விதிக்க வேண்டுமானால் (ஒரு சில அலகுகளை) செலவை விட வருவாயைக் கூட்டும் சில அலகுகளை உற்பத்தி செய்ய மறுப்பார். ஏனென்றால், அவற்றுக்கு இறுதிநிலை வருவாய் இறுதிநிலைச் செலவைவிட அதிகமாய் இருக்கும். ஒரு குறைந்த விலையை விதிக்க வேண்டுமானால், அவனது விற்பனை வருவாயைவிட அதிகமாகச் செலவுள்ளதாக இருக்கும் சில அலகுகளை விற்றுக்கொண்டிருப்பார். 13 டாலர் மிகவும் பொருத்தமானதாகும்.

மிகவும் லாபகரமான உற்பத்தி அளவில் அவனது லாபம் எப்படியிருக்கும். சராசரி செலவுக்குமேல் விலை அதிகமாய் இருப்பதால் லாபம் எழுகிறது. இந்த நிலையில் சராசரி, இறுதிநிலைச் செலவுகள் மிக லாபகரமான உற்பத்தி அளவில் ஏறக்குறைய சமமாக இருக்கும் (அம்முறையில் ஏன் விவரம் செயல்படத் தேர்ந்தெடுக்கப்பட்டது என்பதை விரைவில் பார்ப்போம்). ஆகையால் இறுதிநிலை வருவாய் சராசரி செலவுக்குச் சமமாக இருக்கும். இறுதிநிலை வருவாயைவிட விலை அதிகமாய் இருந்தால், ஓர் இயல்பான லாபம் இருக்கும். முற்றுரிமையாளரின் லாபம் அதுவாகும்.

ஆனால், விவரம் அந்த வழியில் பணியாற்றத் தேவையில்லை என்பதை வற்புறுத்தவேண்டும். இறுதிநிலைச் செலவு, வருவாய் வளைகோடு ஆகியவற்றின் சந்திப்பால் தீர்மானிக்கப்படும். மிக லாபகரமான உற்பத்தி அளவு உயர்ந்து கொண்டிருக்கும். சராசரி செலவு

முன்பக்கத் தொடர்ச்சி

$$TR(x) = xp(x) = x\left(18 - \frac{x}{160}\right)$$

பின்னர், இறுதிநிலை வருவாயின் விளக்கத்தால்: $MR(x) = TR(x+(1) - TR(x)$

$$= (x+1)\left(18 - \frac{x+1}{160}\right) - x\left(18 - \frac{x}{160}\right)$$

$$= 18 - \frac{x+1}{160} - x\frac{x+1}{160} + x\frac{x}{160}$$

$$= 18 - \frac{2x+1}{160}$$

($x = 800$க்கு இறுதிநிலை வருவாயைக் கணித்துப்பார். அது $7.99375 டாலராகும்). $MR(x)$ வரைபடத்தில் இறுதிநிலை வருவாய் காட்டப்படுகிறது.

வளைகோட்டில் ஏற்பட்டிருக்கவேண்டும். அந்த நிலையில் இறுதி நிலைச் செலவு, சராசரி செலவைவிட அதிகமாய் இருக்கும், விலை, இறுதிநிலை வருவாயைவிட அதிகமாய் இருக்கும் (இறுதிநிலைச் செலவு). இறுதியாக, மிக லாபகரமான உற்பத்தி அளவு, சராசரி செலவு வளை கோட்டின் விழும் பகுதியில் ஏற்பட்டிருக்க வேண்டும். இறுதிநிலைச் செலவும் இறுதிநிலை வருவாயும் சராசரி செலவைவிடக் குறைவாக இருக்கும். இறுதி நிலை வருவாய்க்குக் கூடுதலாக இருக்கும் விலை, ஓர் இயல்பான லாபத்தைவிட்டுச் சராசரி செலவைவிட இன்னும் அதிக மாக இருக்கும்.

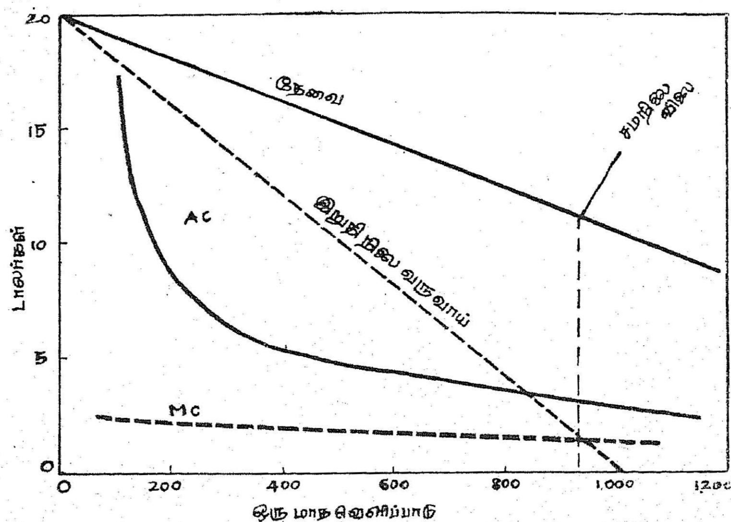
நீண்ட காலத்தில் முற்றுரிமை

குறுகியகாலத்தில், கொடுக்கப்பட்ட மாருத தொழிற்சாலையுடன் முற்றுரிமையாளர் இறுதிநிலை வருவாயும் இறுதிநிலைச் செலவும் சம மாக இருக்கும் உற்பத்தி அளவில் இயங்குகிருர், அவரது நீண்டகாலச் சரிபடுத்தல்கள் ஒரு போட்டி நிறுவனத்தைப்போல் இருக்கின்றன. குறுகிய காலத்தில் மிக லாபகரமான உற்பத்தி அளவை அடைந்து முற்றுரிமையாளர் அவரது தொழிற்சாலையை விரிவாக்கியும் குறைத்தும் அல்லது தொழிற்சாலையைப் புதிப்பிப்பதன்மூலமும் அவரது நிகழும் உற்பத்தி அளவின் சராசரி செலவைக் குறைக்கமுடியும், நீண்ட காலத்தில், அதன் பயனுக, அவரது நடப்பு உற்பத்தியை முடிந்த அளவுக்கு மலிவாக உற்பத்தி செய்யும் தொழிற்சாலையைப் பெற்றிருப் பார்.

முற்றுரிமையாளரின் தொழில் நுணுக்கம் மாரு நீண்டகாலச் செலவு களைப் பெற்றிருந்தால், போட்டித் தொழில் உள்ளதைப்போல், அவரது நடப்பு உற்பத்திக்கு மிகவும் பொருத்தமான தொழிற்சாலையைப் பெற்றிருக்கும்பொழுது, அவள் அந்தத் தொறிற்சாலையை மிகவும் திறமையான அளவில் பயன்படுத்திக் கொண்டிருப்பார். அஃதாவது அதன் சராசரி செலவு வளைகோட்டின் அடிப்படையில், இதுதான் படம் 6—1-ல் விளக்கப்படுகிறது. மாரு நீண்டகாலச் செலவுகளுடன் ஒரு முற்றுரிமையாளரின் நீண்டகாலச் சமநிலையை அது காட்டுகிறது. போட்டி நிலையுடன் ஒப்பிட்டால், அதில் நீண்டகாலத்தில் லாபம் போட்டியிடப்பட்டுக் குறைக்கப்படுகிறது, முற்றுரிமையாளருக்கு ஒரு பெருவாரியான லாபம் கிடைக்கிறதென்னலாம்.

குறைந்து செல் நீண்டகாலச் செலவுகளால் வருணிக்கப்படும் தொழிலின் ஒரு வேறுபட்ட வகையில் முற்றுரிமை தோன்ற ஏதுவாக இருக்கிறதென்பதை நாம் அறிவோம். படம் 6—2-ல் காட்டப்பட்ட நிலை முற்றுரிமைகளின் மிகத் தனிச் சிறப்புடையதாய் இருக்கிறது.

அப் படத்தில் AC என்று குறிக்கப்பட்ட வளைகோடுதான், ஒரு நீண்ட காலச் சராசரி செலவு வளைகோடாகும். அஃதாவது, அச் செலவு மிகவும் குறைவாக இருக்கும் தொழிற்சாலையில் உற்பத்தி செய்யப்படுகிற ஒவ்வோர் உற்பத்தி அளவிற்கும் சராசரி செலவைக்காட்டும் ஒரு வளை கோடாகும் (அஃது அதன் அளவு முழுவதும் குறைகிறதென்பதைக்



வரை படம் 6—2

குறைந்து செல் நீண்டகாலச் செலவுகளுடன் ஒரு முற்றுரிமையாளரின் நீண்ட காலச் சமநிலை: தவிர்க்க முடியாதபடி விலை இறுதிநிலைச் செலவைவிட அதிகமாக உள்ளது.

கவனி). அதனை ஒத்த இறுதிநிலைச் செலவு வளைகோடும் காட்டப் பட்டுள்ளது. அஃது எப்போதும் சராசரி செலவு வளைகோட்டிற்குக் கீழே இருக்கிறது. ஒரு முற்றுரிமையாளர் அப்படி நடப்பதைக் குறை கூற முடியாதபடி என்பதை வரைபடம் தெளிவாகக் காட்டுகிறது. அவரது சராசரி செலவைவிட எப்போதும் குறைவாக அவரது இறுதி நிலைச் செலவு இருப்பதால், போட்டியாளர் செய்வதைப் போல், இறுதி நிலைச் செலவுக்குச் சமமாக அவர் விலையை விதித்தால் அவர் பணத்தை இழப்பார். இறுதிநிலை விலை விதிப்பின் குணங்களைப்பற்றிப் பொருளியல் அறிஞர்கள் எப்படிக் கூறினாலும் (ஒரு பொருளின் ஒவ்வோர் அலகிற் காக விதிக்கப்படுவது அதற்குக் கிடைக்கப்படும் செலவுக்குச் சேரும்), முற்றுரிமையாளர் அக் கொள்கையைப் பின்பற்றத் தகுதி யுடையதாகாது.

தேவை, இறுதிநிலை வருவாய் வளைகோடுகளும் படம் 6—2-ல் காட்டப்படுகிறது. இந்த முற்றுரிமையாளருக்கு நீண்டகாலச் சமநிலை

என்பது ஓர் இறுதிநிலைச் செலவான 68 சென்டுக்கும் ஒரு விலையான 10.40 டாலருக்கும் 960 அலகுகளை ஒரு மாதத்திற்கு உற்பத்தி செய்வதாகும், ஓர் ஒழுங்கு நடவடிக்கை ஏஜென்ட் சராசரி செலவுக்குச் சமமாக இருக்கும் விலையை விதிக்கும்படி முற்றுரிமையாளரை வேண்டிக்கொள்ளலாம். முதலீடு செய்யப்பட்ட மூலதனத்திற்கு ஒரு நியாயமான பலன் கிடைக்கும்படி செய்தால், அது நிறைவேற்றப் படுகிறது.

இந்த நிலையில், எப்படியிருந்தாலும், படம் 6—2-ன் விவரம், அப்படிப்பட்ட கட்டுப்பாடு 1850 அலகுகள் உற்பத்தியிலும், விலை 1-50 ஆகவும், இறுதிநிலைச் செலவு 54 சென்டுகளாகவும் இருக்கச்செய்யும். உற்பத்தியில் முற்றுரிமை வரையறை அதிகமாகக் குறைக்கப் பட்டாலும், இறுதிநிலைச் செலவு விலை விதிப்புத் தத்துவம் மீறப்படும்.

முற்றுரிமையும் தேவை நெகிழ்ச்சியும்

பேரளவு இயக்கங்களின் திறமைதான் முற்றுரிமையை உண்டாக்குகிறது. தேவை வளைகோட்டின் சாய்வுதான் அதைத் தகுதியுடையதாக்குகிறது. நினைவில் வைக்க: ஒரு முற்றுரிமையாளரின் தேவை வளைகோடு படுகிடை அச்சுக்கு மிக அருகில் இருந்தால், அவரது இறுதிநிலை வருவாய் வளைகோடுகளும் நெருக்கமாய் இருக்கும். மேலும் இறுதிநிலைச் செலவுக்கும் விலைக்குமுள்ள முரண்பாடு சிறிதாக இருக்கும். ஒரு முற்றுரிமையாளர் முழுக்க ஒரு படுகிடையான தேவை வளைகோட்டைப் பெற்றிருந்தால், அவர் ஒரு போட்டியாளரைப் போல் நடந்து கொள்வார். போட்டித் தன்மைக்கும் முற்றுரிமை நடத்தைக்குமுள்ள வித்தியாசம் தேவை வளைகோட்டின் சாய்வைச் சார்ந்துள்ளது. இச் சாய்வு எப்படி முற்றுரிமையாளரைக் கவர்கிறது என்பதை மிகத் தெளிவாகப் பார்ப்போம்.

இந்த நோக்கத்திற்காக ஒரு தேவை வளைகோட்டின் மிகக் குறிப்பிடத்தக்க குணம் என்னவென்றால் அதன் நெகிழ்ச்சியே ஆகும். விலையின் மாற்றங்களுக்குத் தேவை எவ்வாறு பதிலளிக்கிறதென்பதை இயல்பாக அளக்கக்கூடிய ஒன்றாகும்.

ஒரு பொருளுக்கான தேவை நெகிழ்ச்சி என்பது விலையில் ஒரு சதவீத அதிகரிப்பால் தூண்டப்படும் விற்பனை அளவின் சதவீதக் குறைப்பாகும்.

இக் கருத்தை விளக்க, 800 அலகுகள் விற்கப்படும் பொழுது அட்டவணை 6—1-ல் முற்றுரிமையாக்கப்பட்ட பொருளுக்கான தேவை நெகிழ்ச்சியைக் கவனிக்க வேண்டும். விலை 13 டாலராக இருக்கும் போது, ஒரு சதவீத அதிகரிப்பு விலையை 13.13 டாலராக உயர்த்தும்

தேவை வளைக்கோட்டிற்கான சூத்திரத்திலிருந்து (அடிக்குறிப்பு 1,p. 218) இந்த விலை விதிக்கப்பட்டால் 779 அலகுகள் விற்கப்படுவதைக் கணிக்க முடியும். இது 21 அலகுகளின் குறைவான விற்பனையைக்காட்டும். அல்லது 2.6 சதவீதமாகும். அதுதான் நெகிழ்ச்சித் தன்மையாகும்.

நெகிழ்ச்சி மதிப்பின் திறனாய்வு சார்ந்தது ஒருமை அல்லது ஒன்று ஆகும். நெகிழ்ச்சி =1 ஆனால், விலையின் 1 சதவீத அதிகரிப்பு, விற்பனை மதிப்பில் 1 சதவீத குறைப்பை உண்டுப்பண்ணும். மொத்த விற்பனையை மாற்றுதவாறு இவ் விரண்டு மாற்றங்களும் ஒன்றை ஒன்று சரிப்படுத்திவிடும். ஆனால், 1 சதவீதக் குறைவான அலகுகள் உற்பத்தியுடன் மொத்த மாறுஞ்செலவுகள் அப்படிப்பட்ட மாற்றத்தால் குறைக்கப்படும். தேவை நெகிழ்ச்சி ஒருமையாக, அல்லது குறைவான ஓர் உற்பத்தியை ஒரு முற்றுரிமையாளர் பார்த்தால், அவரது உற்பத்தியைக் கட்டுப்படுத்தி விலையை அதிகரிப்பார், அவர் அப்படிச் செய்வதால், பொதுவாகக் கூறினால், அவரது தேவை நெகிழ்ச்சி அதிகரிக்கும் (ஆனால் தவிர்க்க முடியாதவாறு அன்று). அட்டவணை 6—2-ல் விளக்கப்பட்ட கணிப்பால் உண்டான அட்டவணை 6—1 -லிருந்து தருவிக்கப்பட்டதை அது விளக்குகிறது. நாம் ஏற்கெனவே பார்த்ததுபோல், இறுதிநிலை வருவாயும் இறுதிநிலைச் செலவும் சமமாக இருக்கும் முனையில் அவர் உற்பத்தியை நிறுத்தும்பொழுது முற்றுரிமையாளர் அவரது விலையை உயர்த்துவதை நிறுத்துவார்.

அட்டவணை 6—2

ஒரு நெடும்போக்குத் தேவை வளைகோட்டிலிருந்து தருவிக்கப்பட்ட தேவை நெகிழ்ச்சி.

மாத உற்பத்தி (அலகுகள்)	விலை (அலகு-டாலரில)	இறுதிநிலை வருவாய் (அலகு-டாலரில்)	நெகிழ்ச்சி
100	17.38	16.744	27.8
200	16.75	15.494	13.4
300	16.12	14.244	8.6
400	15.50	12.994	6.2
500	14.88	11.744	4.8
600	14.25	10.494	3.8
700	13.62	9.244	3.1
800	13,00	7.994	2.6
900	12.38	6.744	2.2
1000	11.75	5,494	1.9
1100	11.12	4 244	1.6
1440	9,00	0.006	1.0

இந்த அதிகாரத்தின் பிற்சேர்க்கையில், இச் சமத்துவத்தை அடையும் பொழுது, முற்றுரிமையாளரின் லாபம் தருவிக்கப்படும் இறுதிநிலைச் செலவிற்குமேல் உள்ள சதவீதம் குறியிடப்பட்ட விலை தேவை நெகிழ்ச்சியின் எதிரிடைக்குச் சமமாக இருக்கும் என்பது காட்டபடுகிறது, தேவை நெகிழ்ச்சி உயர்வாக இருந்தால், இச் சதவீதக் குறிப்புச் சிறிதாகவும், தேவை நெகிழ்ச்சியற்றதாக இருந்தால் அஃது அதிகமாகவும் இருக்கும். ஆகையால், ஒரு முற்றுரிமையின் லாபத் தன்மை, நேரிடையாகத் தேவை வளைகோட்டின் நெகிழ்ச்சியைச் சார்ந்துள்ளது.

முற்றுரிமையின் விளைவுகள்

நடைமுறையில் முற்றுரிமையாளர் விலையை நிலைப்படுத்த அவரது உற்பத்தியைக் கட்டுப்படுத்துகிருர். சில முற்றுரிமையாளர்கள் இதை அறிந்து வெளிப்படையாக ஒரு விலையை நிச்சயிக்க சிறந்ததை எடுப்பதில்லை. இரத்தினம் தரமான மாணிக்கக் கற்களின் உலக முற்றுரிமையாளர்களான டீ பீர்ஸ் கன்சாலிடேடட் லிமிடெட் (De Beers consolidated Ltd), அதன் கிளைகளின் உற்பத்தியைச் சுலபமாகக் கட்டுப்படுத்துகிறது. கட்டுப்படுத்தப்பட்ட உற்பத்தியின் ஓர் ஏலவகையால் விலையைத் தீர்மானிக்க அஃது அனுமதிக்கிறது. ஒரு விரிவான விலைப் பட்டியலைப் பிரசுரிக்காமல் விரும்பப்பட்ட முடிவை அவர்கள் பெறுகிருர்கள், படம் 6—1-ல் வரையப்பட்ட தொழிலைச் சில அற்புதங்களால் ஒரு போட்டித் தொழிலாக அதேசெலவு, தேவை நிலமைகளும் மாற்ற முடியுமானுல் 3வது அதிகாரத்தின் தத்துவங்கள் அதற்குப் பொருந்தும், ஒவ்வொரு போட்டியாளரும் அவரது வீற்பனை விரிவாக்கத்தின் விலையின் விளைவை நேரிடையாகப் புறக்கணித்து விடுவார்கள். அப்படியானுல், விலையைப்போல் அவ்வளவு பெரிதாக இறுதிநிலைச் செலவு இருக்கும்வரை உற்பத்தி அதிகரிக்கும். ஆகையால் இத் தொழில் போட்டித் தன்மையானதாக இருந்தால், உற்பத்தி ஒரு மாதத்திற்கு 1000 அலகுகளாக அதிகரிக்கும்; விலை 11.60 டாலராகக் குறையும்.

முற்றுரிமைக்கு அடிபடை எதிர்ப்பு என்னவென்ருல், இறுதிநிலைச் செலவும் இறுதிநிலை வருவாயும் சமமாக இருக்கும் அளவிற்கு உற்பத்தியைக் குறைவாக வைத்து, முற்றுரிமையாளர் பொருளாதார வளங்களை வீணுக்குகிருர் என்பதாகும். இஃது ஏன் என்பதைப் பார்ப்பது மிகவும் அவசியம். ஒரு மாத உற்பத்தி 800 அலகுகளாக இருக்கும்பொழுது இறுதிநிலைச் செலவு அலகிற்கு 8 டாலராகும். அப்படியானுல் 801 வது அலகை உற்பத்தி செய்யத் தொழில் பணிகளை, கச்சாப் பொருள்கள் மின்சக்தி, மற்றும் பலவற்றை—அஃதாவது 8 டாலர் மதிப்புள்ள பொருள்களை வாங்கிப் பயன்படுத்தவேண்டுமென்பது அர்த்தமாகும்.

இந்த உள்பொருள்களுக்கு முற்றுரிமையாளர் 8 டாலர் செலுத்த வேண்டுமென்பதால், மற்ற நிறுவனங்களும் போட்டி நிறுவனம் போன்றனவும் அதே அளவு கொடுக்க விரும்புவார்கள். இல்லா விட்டால் விலைமாருக இருக்கும். இதுதான் விலைகளின் உண்மை யான பொருள். சிலவற்றிற்கு ஒருவர் என்ன செலுத்த விரும்புகிருரோ அதை மற்றவர் அதற்குச் செலுத்த விரும்புவார்.

ஒரு போட்டி நிறுவனம் இவ் வளங்களுக்கு ஏன் 8 டாலர் கொடுக்க விரும்பவேண்டும்? ஏனென்ருல், அதைப் பயன்படுத்தி 8 டாலர் மதிப்புள்ள பொருளை உற்பத்தி செய்து அதன் வாடிக்கையா ளருக்கு விற்று, அதன் மொத்த விற்பனையை அதிகரிக்கலாம் (ஒரு போட்டித்தொழிலில் விலை இறுதிநிலைச் செலவுக்குச் சமமாக இருக்கும். அதனுல் x டாலர் செலவாகும் ஒரு பொருளை x டாலருக்கு விற்கலாம்). மறுபடியும் வாய்ப்புப்பெறுமான கருத்தை எதிர்ப்படுகிருேம். பொருளின் உண்மைச் செலவு என்பது, அது நுகரும் வளங்களுடன் உற்பத்தி செய்யப்படும் பொருள்களின் மதிப்பு என்பதாகும். உற்பத்தி செய்யப் படாத முற்றுரிமைபாளரின் 801 வது அலகின் வாய்ப்புப் பெறுமானம் அதற்கு நுகர்வோர்கள் 12.99 டாலர் கொடுக்க விரும்புகிருர்கள். 8 டாலர் மட்டும் இதில்தான் இருக்கின்றன. விரயம் கிடைக்காத 801வது அலகிற்கு வாடிக்கையாளர்கள் 12.99 டாலர் கொடுக்கத் தயாராக இருந்தால், அதற்குப் பதிலாக உற்பத்தி செய்யப்படும் 8 டாலர் பெறுமான மாற்றுப் பொருள்களை வாங்கத் தயாராக இருப்பார்கள். 801 வது அலகை உற்பத்திச் செய்வதைத் தவிர்ப்ப தால், ஒரு முற்றுரிமையாளர் பொருளாதாரத்தைச் சில வளங்களைப் பயன்படுத்தி 8 டாலர் பெறுமான ஒன்றை உற்பத்திசெய்யக் கட்டாயப் படுத்துகிருர். ஆனுல், அதே வளங்களைப் பயன்படுத்தி 12.99 டாலர் பெறுமானமுள்ள ஒரு பொருளை உற்பத்தி செய்திருக்க முடியும். ஒரு முற்றுரிமையாளர் மிக உற்பத்திகரமான வேலையை ஏற்படுத்துவதி லிருந்து சில வளங்களைத் தவிர்க்கிருர்.

இதே வடிவச் சிதைவை மற்ருெரு வழியில் பார்க்கலாம். விலையை 13 டாலரில் கட்டுப்படுத்தி முற்றுரிமையாளர் விலை முறையில் ஒரு தவருன குறிப்பை வைத்திருக்கிருர். அவரது வாடிக்கையாளர்களின் நோக்கு நிலையில் அவர் பொருளின் வாய்ப்புப் பெறுமானம் 13 டால ராகும். ஏனென்ருல், அதன் ஓர் அலகை அடையும் பொருட்டு அவர்கள் இழக்கவேண்டிய மற்ற பொருள்களின் மதிப்பு அஃதாகும். பொருளாதாரத்தின் நோக்கு நிலையில் வாய்ப்புப் பெறுமானம் 8 டாலர். நுகர்வோர்கள் முற்றுரிமை செய்யப்பட்ட பொருள்களின் உபயோகத் தைத் தவிர்க்க முடியாதபடி குறைக்கிருர்கள். உற்பத்தி செய்ய

11 டாலர் செலவாகும் ஒரு தரமற்ற மாற்றுப்பொருளை அவர்கள் பயன்படுத்துவார்கள். அப்படியாக 11 டாலர் பெறுமான வளங்களை ஒரு நோக்கத்திற்கு நுகர்கிறார்கள். அதில் 8 டாலர் மதிப்புள்ள பொருள் சிறப்பாக உபயோகப்பட்டிருக்கும். பொருளாதாரத்தில் வளங்களைச் சிறப்பாகப் பயன்படுத்துவதிலிருந்து நுகர்வோர்கள் ஏமாற்றப்பட்டு முற்றுரிமைப் பொருள்களைக் குறைவாக வாங்குவதையும் மற்றவற்றை அதிகமாக வாங்குவதிலும் பழக்கப்படுகிறார்.

பெரும்பாலான பொருளியல் அறிஞர்கள் (நானும்கூட) முற்றுரிமையை நீக்கிவிட வாதாடுகிறார்கள். முற்றுரிமையாளர்கள் அவர்களின் வாடிக்கையாளர்களைச் சுரண்டும் நிலையில் இருக்கிறார்கள் என்பதை அடிக்கடி சொல்கிறார்கள். அஃதாவது 8 டாலர் செலவாகும் ஒரு பொருளை 13 டாலருக்கு விற்பது தவறாகும். பொருளியல் அறிஞர்கள் விரும்பும் வயது வந்தவர்களுக் கிடையிலுள்ள வியாபாரத்தை நல்லது கெட்டது என்ற பிரச்சினையை அப்படியே விட்டு விட விரும்புகிறார்கள். ஏனென்றால், அதைத் தீர்க்க ஒரு தெளிவான வழி கிடையாது. 8 டாலர் செலவாகும் ஒரு பொருளுக்கு முற்றுரிமையாளர் 13 டாலர் விலை விதிப்பது தவறா? சாதாரணமாக, வாடிக்கையாளர் அவ் விலையை விரும்பிக் கொடுக்கிறார், மேலும் போட்டி நிறுவனங்களும் குறுகிய காலத்தில் அதைப்போல் மிகையான லாபம் போட்டி யிடப்படும்வரை நடந்துகொள்கிறார்கள். போட்டி நிலையில் பிரச்சினையிலுள்ள பொருளை அதிகரிக்க மிகையான லாபம் தூண்டுகிறது. அதற்கு மாறாக முற்றுரிமையாளர் போட்டிச் செயலை விலக்கி வைக்கிறார். ஆக முற்றுரிமை உற்பத்திக் கட்டுப்பாடு என்ற அதே நிலைக்குச் சமூகப் பாதிப்பு மறுபடியும் நிகழ்கிறது.

ஒரு புறக்கோடியான நிலையை எடுத்துக்கொள். ஒரு பாலைவனச் சமுதாயத்தில், யாரோ ஒருவர் தண்ணீர் அளிப்பை முற்றுரிமையாக்கி விட்டார் என்று வைத்துக்கொள்வோம். அவர் மிகவும் உயர்ந்த விலையை விதித்து இரக்கமற்ற துன்பத்தைக் கொடுக்கலாம். மிகவும் குறைவான தண்ணீரைப் பங்கிட்டு லாபம் அடைந்தார் என்பதன் வாயிலாகத் துன்பம் விளைகிறது. முற்றுரிமைக் கட்டுப்பாடு மறுபடியும் துன்பத்தைக் கொடுக்கும். இத் தன்மையைத்தான் பொருளியல் அறிஞர்கள் எதிர்க்கிறார்கள். முற்றுரிமையாளர் மிகவும் குறைவாகப் பங்கிட்டு அவரது பொருளுக்கு வாடிக்கையாளர்களை அதிகமாகச் செலுத்தச் செய்கிறார். அவர் சில புறக்கோடி நிலையில் துன்பத்தையும், மற்ற நிலையில் வசதிக் குறைவையும் ஏற்படுத்துகிறார். பொருளாதார வளத்தின் பயனை உருச் சிதைவு செய்து அப்படிச் செய்கிறார்.

மேற் கூறப்பட்ட காரணங்களால், கட்டுப்பாடற்ற முற்றுரிமை பொதுவாகச் சகிக்கமுடியாததாகக் கருதப்படுகிறது. ஆனால், பொதுப்

பணித் தொழில்களில்[1] ஓரோர் இடத்திற்கு அல்லது மார்க்கத்திற்குப் பணியாற்ற பல நிறுவனங்களை வைத்திருப்பது அவசியமில்லை என்பது சிக்கன அளவின் மூலம் தெரிகிறது. அதன் பயனாக, இத் தொழில்களில் ஒரு முற்றுரிமையை அரசாங்க மேற்பார்வையில் வைத்திருப்பது வழக்கமாகிவிட்டது. துரதிர்ஷ்டவசமாகப் பொதுப்பணி முற்றுரிமையைக் கட்டுப்படுத்தும் பிரச்சினைகளைத் தெளிவாகக் கூற இங்கு அனுமதிக்க முடியாது. அதை அறிவுறுத்தினால் போதுமானது.[2] சந்தை விலையின் உதவியில்லாமல் சிறப்பான பொருளாதார முடிவுகளின் அசாதாரண துன்பத்திலிருந்து அவையாவும் எழுகின்றன என்று கூறினால் போதுமானது (ஓர் ஒழுங்குபடுத்துக் குழு). உண்மையில் அது மேற்பார்வையிடும் தொழிலின் விலைப் பட்டியலைத் தயாரிக்க வேண்டியுள்ளது, இதுமட்டும் கடினமாகாது. ஏனென்றால், இறுதி நிலைச் செலவுகள் போதிய உதவி முறையில்லை என்பதைப் பார்த்தோம். ஆனால், அதற்கு மேல் ஒரு முறை இதை அடைந்துவிட்டால், அஃது எதிர்பார்க்கும் சேவைத் தன்மையைக் குழு வழக்கமாய் அறிந்தால் தொடர்ச்சியான மேற்பார்வையில்லாமல் அதே விலையில் அளிக்க முடியாது. ஏனென்றால் போட்டி நெருக்கடி கிடையாது).

சில்லோர் முற்றுரிமை

சில்லோர் முற்றுரிமை நடப்பின் சில கருத்தை அட்டவணை 6—3-ன் மூலம் கவனிக்கலாம். மிகப் பெரிய நான்கும் மிகப் பெரிய எட்டுக் கம்பெனிகளாலும், கப்பல் ஏற்றுமதியின் சதவீதத்தையும் அதைப்போன்ற மற்ற விவரங்களையும் 1963-ல் 3 பில்லியன் மதிப்புள்ள பொருள்களுக்கும் மேலான கப்பல் ஏற்றுமதியின் பதினொரு கணக்கெடுப்புப் பிரிவுத் தொழில்கள் ஒவ்வொன்றையும் அட்டவணை காட்டுகிறது. அத் தொழில்களில் மிகைக் குவிப்பை உடையவை, மோட்டார் வண்டிகளும் அதன் பாகங்களுமாகும். அவற்றுள், 1655 நிறுவனங்களில் மிகப் பெரிய எட்டுக் கம்பெனிகள் மொத்தப் பொருள்களில் 83 சதவீதத்தை ஏற்றுமதி செய்தன. மிகவும் குறைவான குவிப்பை உடையன. செய்தித்தாள் கம்பெனிகள், அங்கும் மிகப் பெரிய எட்டு நிறுவனங்கள் விற்பனையில் ஐந்தில் ஒரு பங்கிற்குமேல் பெற்றிருக்கின்றன. கணக்கெடுப்புத் துறைத் தொகுதியில் மிகக் குவிப்பையுடைய பெரிய தொழில்கள் வெண்சுருட்டு, அலுமினியம் உற்பத்தித் தொழில்களாகும். அவ் விரண்டிலும் ஏழு நிறுவனங்கள் மொத்தப்

1 தொலைபேசி, தந்தி, மின்சக்தி, வாயு, ரயில்பாதை வான் போக்குவரத்து, குழாய் வழிகள், நகரப் போக்குவரத்து முதலியவை.

2 சில துன்பங்கள் கேவ்ஸ். அமெரிக்கன் தொழிலில் கருதப்படுகின்றன. பக்கம் 63—73. (**Caves, American Industry**).

பொருளை உற்பத்தி செய்கின்றன. தேசியச் சந்தைகளையுடைய மிகக் குறைவான குவிப்பையுடைய பெரிய தொழில்கள் ஆடைகள், சிறப்புச் சாதனங்கள், வண்ணக் கம்பெனிகளாகும். அவை இரண்டும் 4500 நிறுவனங்களுக்குமேல் பெற்றிருக்கின்றன. அவற்றில் பெரிய எட்டும் தொழில் உற்பத்தியில் 9 சதவீதத்தை உற்பத்தி செய்கின்றன. தெளிவாக ஆக்கத் தொழில்களுக்கான படிவம் என்னவென்றால், ஒரு கையளவு பெரிய நிறுவனங்கள் சந்தையை ஆதிக்கம் செலுத்துகின்றன என்பதாகும். அதுதான் சில்லோர் முற்றுரிமையாகும்.

அட்டவணை 6—3

1963-ல் 3 பில்லியன் டாலர் அல்லது அதிகமானவற்றைக் கப்பலேற்றிய ஆக்கத் தொழில்களின் குவிப்பு விகிதாச்சாரம்

தொழில்	கப்பலேற்றப் பட்டதின் மதிப்பு (பில்லியன் டாலர்)	நிறுவனங் களின் எண்	கப்பலேற்றிய சதவீதம்	
			மிகப் பெரிய நான்கு நிறுவனங்கள்	மிகப் பெரிய 8 நிறுவனங்கள்
மோட்டார் வண்டிகளும் பாகங்களும்	12.3	1655	79	83
வான ஊர்தி	3.5	82	59	83
வான ஊர்தி இயந்திரம், பாகங்கள்	4.1	194	56	77
மின் சாலைகள், எஃகு ஆலைகள்	7.5	162	50	69
உறுப்புக்குரிய ரசாயனம்	4.8	343	51	63
பெட்ரோல் சுத்தி	16.5	266	34	56
பஞ்சு நூற்பு ஆலைகள்	3.1	229	30	46
ரேடியோ, T,V செய்தித்துறை	7.1	1001	29	45
காகித ஆலைகள்	3.8	186	26	42
மருந்து வகைகள்	3.3	944	22	38
செய்தித்தாள்கள்	4.5	7982	15	22

மூலம்: நீதித்துறையின்மேல் செனட் குழு, ஆக்கத் தொழிலின் குவிப்பு விகிதாச்சாரம், 1963, 89வது காங்கிரஸ்; 2-வது செஸ்.

சில்லோர் முற்றுரிமை என்பது, போட்டிக்கும் முற்றுரிமைக்கும் இடையிலான உடன்பாடன்று. அடிப்படையில் அது வேறு ஒரு நிலை. போட்டியும் முற்றுரிமையும் அதைப் பொதுவாகப் பெற்றிருக்கின்றன. அஃதாவது ஒவ்வொரு நிறுவனமும் ஆள் சார்பற்ற பெயர் அறியப்படாத சந்தை வலிமைகள் ஒரு போட்டி நிறுவனம் அது செய்யும்

செய்கையால் எந்த ஓர் இதர நிறுவனத்தின் நடத்தையை அல்லது லாபத்தின்மேல் ஒரு கவனிக்கத்தக்க விளைவை ஏற்படுத்த முடியா தென்று தெரிந்திருக்கிறது. அதைப்போலவே எந்த ஒரு நிறுவனமும் அதன் லாபத்தைப் பாதிக்க முடியாது. ஒரு முற்றுரிமையாளர் எண்ணற்ற பல வாடிக்கையாளர்களுடன் பேரம் பண்ணுகிறார். அவர்களில் எவரும் ஒரு மெச்சத்தக்க செல்வாக்கை அவரது விற்பனையின் மேல் அல்லது லாபத்தின்மேல் பெற்றிருக்க முடியாது. ஆனால், ஒரு சில்லோர் முற்றுரிமையாளர், அவரது போட்டியாளர்கள், அவரது வாடிக்கையாளர்கள் ஆகிய இருவரிடமும் ஒரு வேறுபட்ட தொடர்பை வைத்துள்ளார்.

சில்லோர் முற்றுரிமையாளரின் போட்டியாளர்களைப் பொறுத்த வரையில் சிலர்தான் உள்ளனர். ஆகையால், அவர் எப்போதாவது விலையை மாற்றும்போது, உற்பத்தியைத் திருப்பும்போது, அல்லது அதைப் போன்றவற்றைச் செய்யும்போது நடவடிக்கை கவனிக்கப்படுகிறது. அதோடு சந்தையிலுள்ள மற்ற நிறுவனங்களால் அத் தாக்கல் உணரப்படுகிறது. அவர்கள் சில தன்மையில் திருப்பிச் செய்யத் தூண்டப்படுவதால், ஒரு சில்லோர் முற்றுரிமையாளர், அவரது நடவடிக்கையின் நன்மை தீமைகளைக் கவனமாக நிறுத்துப் பார்க்க வேண்டும். தப்ப முடியாத உண்மை என்னவென்றால், ஒரு சில்லோர் முற்றுரிமையாளரின் லாபங்கள், அவர் என்ன செய்கிறார் என்பதை மட்டுமல்லாமல் அவரது போட்டியாளரின் நடவடிக்கையையும் சார்ந்துள்ளது. அதைப் போலவே எதிரெதிர் மாறாக இருக்கும் இக் கூட்டுச் சார்பின் விளைவை விரைவில் ஊடுருவிப் பார்ப்போம்.

அவரது வாடிக்கையாளரைப் பொறுத்த வரையில், சில்லோர் முற்றுரிமையாளர் சிலரில் ஒருவராக இருப்பதால், ஓர் உண்மையான போட்டியாளரின் பெயர் மறைவு நிலையைப் பெறவில்லை (இதிலிருந்து தொடரும் சில அபாயகரமான சிக்கல்களை ஏற்கெனவே பார்த்தோம்). உண்மையில் சில்லோர் முற்றுரிமையரின் பொருள்களைக் குறிப்பாகத் தெரிந்து கொள்வது இந்தச் சந்தையின் இரண்டு மாற்றுருவை வெளிப்படுத்துகிறது. அவை வேறுபாடுட்டிய சில்லோர் முற்றுரிமை, வேறுபாடுட்டாத சில்லோர் முற்றுரிமை எனப்படும்.

ஒரு வேறுபாடுட்டிய சில்லோர் முற்றுரிமையில் வேறுபட்ட நிறுவனங்களின் பொருள்கள் தெளிவாக வேறுபடுத்தப்படுகின்றன. அவற்றில் வாங்குபவர் குறிப்பிட்ட தேர்வைப் பெறுகிறார்கள். வேறுபாடுட்டாத சில்லோர் முற்றுரிமையில் வாங்குபவர்களுக்கு உற்பத்தியாளர்களிடம் பலத்த தேர்வைப் பெற்றிருக்கவில்லை.

சில்லோர் முற்றுரிமையாளர் வேறுபாடுட்டாததற்குப் பதிலாக வேறுபாடுட்டிய சில்லோர் முற்றுரிமையை விரும்புகிறார். அவரது பொருளை வேறுபாடுபடுத்துவதில் ஓரளவு வெற்றி பெறுகிறார். அவரது வாடிக்கையாளர்கள் போட்டியிடும் பொருள்களை மட்டமானவையாகக் கருதுகிறார்கள். அவரது தேவை வளைகோட்டில் சுரண்டுவதற்குச் சில நெகிழ்ச்சியற்றிருப்பதோடு, அவர் ஒரு பலவீனமான முற்றுரிமையாளரின் நிலைமையை அடைகிறார். சிறப்பாக வேறுபடுத்தப்பட்ட தரங்கள் (எடுத்துக்காட்டாகக் கெடிலாக் கார்கள், பார்க்கர் பேனாக்கள்), ஒப்பிடக்கூடிய போட்டியிடும் பொருள்களைவிட அதிகப் பணத்திற்கு விற்கப்படும். ஆகையால், சில்லோர் முற்றுரிமையாளர் வேறுபடுத்த முயலுகிறார். அதற்கு இரண்டு வழிகள் உள்ளன. விளம்பரம் (அதைப்பற்றி ஏற்கெனவே பார்த்தோம்), பொருள் வேறுபடுத்தல் (அதன்மூலம் சில்லோர் முற்றுரிமையாளர் விற்பனைத் தன்மைகளை அவரது பொருளில் ஒன்றுபடுத்தி மற்றவற்றைக் காட்டிலும் சிறந்தது அல்லது மாறுபட்டது என்று காட்டமுயலுகிறார்) முதலியன வாடிக்கையாளர்களுக்குக் கவர்ச்சி அளிக்கும் விற்பனைத் தன்மைகளின் விருத்தி, ஓர் இயல்பாயமைந்த சமூக அளிப்பை ஏற்படுத்தும் வாணிபத் தொழிலின் கோரிகைக்கான ஓர் அடியாகும். அக் கோரிக்கையை மதிப்பிடுவது கடினமாகும்.

சில சிறப்பான மனமொவ்வாத குறிகள் மோட்டார் வண்டிகளின்மேல் உயர்ந்த வால் துடுப்புகளைப்பற்றி உண்டாக்கப்பட்டனவாகும் (ஓர் ஓட்டுநர், அவரது காரின் பின்புறம் ஒருமுறை பார்க்க உதவுகிறதென்றாலும்). ஆனால், அதே குறையைக் கூறுபவர் தாமாக மாறுவதை அறிமுகப்படுத்தியதைப்பற்றிக் கூறவில்லை (அஃது இயந்திரங்களுக்கு மனக்கிலியை உண்டாக்கியது. அதே சமயத்தில் வாயுவின் திறமையை 10 சதவீதத்திற்குமேல் குறைத்தது). அடிப்படையைச் சார்ந்ததாகக் குறை கூறுவோர் அம் மாற்றங்கள் ஒரு முன்னேற்றம் அல்லது இல்லை என்று கூறுவதற்கு எந்த மூலமும் பெற்றிருக்கவில்லை. ஆனால், நுகர்வோர் இரண்டையும் மகிழ்ச்சியாக[1] ஏற்றுக்கொள்கிறார்கள், நாம் காண முயல்வது என்னவென்றால், இவையும் அப்படிப்பட்ட எல்லா மாற்றங்களும் மிக விலையுயர்ந்தனவாக இருக்கின்றன. மோட்டார் தொழிலில் அடிக்கடி உருப்படிவத்தை மாற்றுவது ஓர் ஆண்டிற்கு[2] ஒரு பில்லியன் டாலர் செலவை

[1] நிச்சயமாக மாற்றங்களில் ஒன்று நிரந்தரமாக ஆகிவிட்டது. மற்றொன்று நிலையற்றதென நிரூபிக்கப்பட்டு விட்டது. ஒரு வேளை இது பழைய மதிப்பீட்டிற்கு ஓர் அடிப்படையைக் கொடுக்கிறது.

[2] கேவுசையும், அமெரிக்கன் தொழில், 3வது, பதிப்பு, பக்கம் 107ஐயும் பார்.

ஏற்படுத்துகிறது என்று மதிப்பிடப்பட்டுள்ளது. இவ் விருத்திகள் தகுதியுடையனவா? அதை நீயே தீர்மானிக்கவேண்டும்.

பொருள்கள் வேறுபடுத்தக் கூடியவாறு மாறுபடுகின்றன. போட்டியிடும் தாங்கள் காப்பியடிக்காதவாறு ஒரு புதிய முறையைக் கண்டு பிடிப்பது மிகவும் கடினம் (ஒரு சில விதி விலக்குகள் இருக்கின்றன). ஆகையால், நுகர்வோரின் எண்ணத்தில்தான் பெரும்பாலும் பொருள் வித்தியாசம் இருக்கிறது. பழக்கமுள்ள வாங்கும் பதிலாள்களைக் காட்டிலும் பழக்கமில்லாத நுகர்வோரின் எண்ணத்தை மாற்றுவது சுலபம். அப்படிப்பட்ட பதிலாள்கள் விலையிலும் உழைப்புத் தன்மையிலும் கவனத்தைச் செலுத்துகிறார்கள்.

ஒரு பெரிய நிறுவனத்தின் வாங்கும் ஏஜென்டிற்கு ஒரு மோட்டார் வண்டித் தொடரை விற்பதில் பயன்படுத்தப்படும் சூழ்ச்சி முறைகளை ஒரே ஒரு காரை அவரது மனைவிக்கு விற்பதில் மிகவும் திறமையானவற்றுடன் ஒப்பிடுவதன்மூலம் முக்கிய வேறுபாட்டைப் பார்க்கலாம். முடிவு என்னவென்றால், வேறுபடுத்தப்பட்ட சில்லோர் முற்றுரிமை, முழுமையான நுகர்வோர்களுக்கு விற்கப்படும் பொருள்களின் மிகத் தனிச் சிறப்புள்ளதாக இருக்கும். மாறாக வேறுப்படுத்தப் படாத சில்லோர் முற்றுரிமை, தொழில் பொருள்களில் பொதுவானதாக உள்ளது.

இதிலிருந்து ஒரு சில்லோர் முற்றுரிமையாளரின் அக்கறையும் முறைகளும் ஓர் ஆள் பெயர் தெரியாத போட்டியாளரிடமிருந்து மிகவும் வித்தியாசமானது என்பது தெளிவாகிறது. ஒரு சில்லோர் முற்றுரிமையாளரின் முதன்மை அக்கறை அவரது விற்பனைச் சூழ்ச்சி முறையாகும். அவரது நிறுவனம் நிலைத்திருப்பதும் விழுந்து விடுவதும் விலையை மாற்றாமல் விற்பனையைக் கவர்வதில் வெற்றி காண்பதாகும். அந்த நிலைமை மற்ற சந்தை அமைப்புகளுக்குள்ளதைப்போல் உள்ளன. அவன் சிறந்த ஒன்றைச் செய்யும்போது, அவனது போட்டியாளர்கள் சும்மா இருந்து விடமாட்டார்கள் என்ற உண்மை அவனது நிலைமையை சிக்கலாக்குகிறது. அவனது புதுமைகளை (Innovations) பின்பற்றுவோர், அவர்களாகச் சிலவற்றை உண்டாக்குவார்கள். அவர்களுடைய விளம்பரத்தால் இவரது விளம்பரத்திற்கு இணையாக்குவார்கள். சில்லோர் முற்றுரிமையாளர்களுக்குள்ள சூழ்ச்சியான இடையுறவைப் பார்க்க முற்படுவோம்.

சில்லோர் முற்றுரிமையின் சூழ்ச்சி முறைகள்

ஒரு சில்லோர் முற்றுரிமையாளரின் பொருள் வேறுபடுத்தப் பட்டாலும் இல்லாவிட்டாலும் அவர் கவலைப்படும்படியாக ஒரு சில

போட்டியாளர்களைப் பெற்றுள்ளார். மற்றவர்களின் நடவடிக்கை அவரைப் பாதிக்கிறது. அதைப் போலவே அவரின் நடவடிக்கை மற்றவர்களைப் பாதிக்கிறது. இப் பரஸ்பரக் கூட்டுச் சார்பு ஒரு மிகவும் சிக்கலான தொடர்பை உண்டுபண்ணுகிறது.

சச்சரவான ஆர்களையுடைய பலபங்கு பெறுபவர்கள் உள்ள அப்படிப்பட்ட நிலைமையில் அவர்களில் ஒவ்வொருவரும் மற்றவர் அடைவதன்மேல் குறிப்பிடத்தக்க செல்வாக்கைப் பெற்றுள்ளார்கள். அதைப்போலவே அவரது வெளிப்பாட்டிலும் அப்படிப்பட்ட நிலைமை சூழ்ச்சி விளையாட்டு எனப்படுகிறது. அல்லது சுருக்கமாக ஒரு விளையாட்டு, (சதுரங்கம் போன்ற பலகை, பயிற்சிகள் ஒரு வகையான விளையாட்டுச் சில்லோர் முற்றுரிமை முதலிய அகில உலகத் தந்திரம்), உழைப்பு நிர்வாக உடன்பாடுகள் ஆகியன மற்றொருவகை விளையாட்டு, ஒரு விளையாட்டின் முக்கியக் குணம் என்னவென்றால், ஒவ்வொரு பங்கு தாரரும் மற்றவர்கள் என்ன செய்வார்கள் என்பதைச் சார்ந்துள்ளது, ஆகையால், மற்றவர்கள் எதிர்பார்ப்பதைப்போல்தான் செய்யவேண்டு மென்பதும் அவர் நினைப்பதைப்போல் மற்றவர்கள் செய்யவேண்டு மென்பதும் போன்றவையாகும். அதைப்போன்ற சிக்கலான நிலைகளைப்பற்றி ஏதாவது பயனுள்ளதாகக் கூறமுடியுமா? சில சமயங் களில் முடியும்.

நினைக்கக் கூடிய சுலபமான விளையாட்டை எடுத்துக்கொள். நிறுவனங்கள் Aயும் Bயும் ஒரே மாதிரியான பொருளைச் செய்கிறார்கள். ஒவ்வொருவரும் அவரது வாடிக்கையாளர்கள் மற்றவர்களிடம் சொல்லாமலிருக்க ஒவ்வோர் ஆண்டும் ஒரு மில்லியன் டாலர் செலவிடுகிறார்.

உண்மையில் அவர்களின் விற்பனையைக் குறைக்காமல் அவர் களின் விளம்பரச் செலவை 200,000 டாலருக்குக் குறைத்தால், ஒவ்வொருவருக்கும் 800,000 டாலர்கள் மீதமாகும். ஆனால், A விளம்பரச் செலவைத் தானாகக் குறைத்தால், அவருக்கு ஓர் ஆண் டிற்கு 1,200,000 டாலர்கள் லாபம் கிடைக்கக்கூடிய விற்பனையை B-க்காக இழக்க நேரிடும். ஒருமுகமான செயலின் விளைவு என்ன வென்றால், Aயின் லாபம் 400,000 டாலராகக் குறையும். ஆனால், Bயின் லாபம் 1,200,000 டாலராக அதிகரிக்கும், நிறுவனம் B செவ்வொழுங் காக அதைப்போலவே அமைந்துள்ளது. இவ்விவரங்கள் அட்டவணை 6—4-ல் சுருக்கப்பட்டு, இவ் விளையாட்டின் பழிக்குப்பழி உருவாகும் இடம் (Pay off Matrix) எனப்படுகிறது. உதாரணமாக, A விளம்பரச் செலவை 200,000 டாலருக்குக் குறைந்தால், B அதே நிலையில் இருக்கும்பொழுது, Aயின் லாபம் இப்போதுள்ளதைவிட 400,000

டாலர் குறைவாகவும் Bயின் லாபம் 1,200 000 டாலர் அதிகமாகவும் இருக்கும் என்பது அங்குக் காட்டப்பட்டுள்ளது.

அட்டவணை 6—4

விளம்பர விளையாட்டிற்கான பழிக்குப்பழி உருவாகும் இடம்

(A-ன் லாபம்/B-ன் லாபம் போன்றவை 1000 டாலரில், அதே நிலையில் ஒப்பிடப்பட்டுள்ளது.)

B நிறுவனத்தின் விளம்பரப் பட்டியல்	நிறுவனம் A-ன் விளம்பரப் பட்டியல் 1,000,000 டாலர்கள்	200,000 டாலர்கள்
1,000,000 டாலர்கள்	0/0	—400/1,200
200,000	1,200/—400	800/800

A ன் முடிவு மிக மிக எளிதானது, Bயினுடையதும் அதுவே. ஏனென்றால், இரண்டு சாத்தியங்கள்தான் அனுமதிக்கப்பட்டுள்ளன. இரண்டும் அதே திசையில் நோக்கிச் செல்கின்றன. B அவனது நடப்புப் பட்டியலை நிலை நாட்டினால், A அவனுடையதைக் குறைப்ப தால், 400,000 டாலரை இழப்பான். B அவனது பட்டியலைக் குறைத் தால், A அவனுடையதைக் குறைக்காமல் இருந்தால், 400,000 டாலர் களைப் பெற்றுச் சிறப்படைவான். சுருக்கமாக, A உயர்ந்த அளவுச் செலவை நிலைநிறுத்தவேண்டும். B எப்படிச் செய்தாலும், Bயும் அதைப் போலவே நடக்கவேண்டும். இருவரும் ஒருமித்துக் குறைத்தால் இருவரும் லாபம் அடைவார்கள் என்பது தெரிந்ததே (போர்த்தள வாடப் போட்டிகளுடன் ஒப்பிடுவது குறிப்பிடத்தக்கது)[1].

இப்போது விளையாடிய போட்டி விளையாட்டு மிகவும் எளிதானது ஏனென்றால், இரண்டு நிறுவனங்களின் லாபங்களும் ஒன்றுக்கொன்று தொடர்புடையனவாக இருந்தாலும் அவற்றின் முடிவுகள் சிறந்தவை அல்ல, ஏனென்றால், மற்றவர்கள் என்ன செய்திருந்தாலும், ஒவ்வொரு வரும் அதே நிலையில் இருந்தார்.

1 இதுதான் மிகவும் சுலபமான ஒன்று என்று கூறுவோம். ஆகையால் மிகக் குறைவான ஆர்வமுள்ள தெரிந்த விளையாட்டு. மிக ஆர்வமுடைய விளை யாட்டுகளுக்கு J. D. வில்லியம்சின், முழு சூழ்ச்சியாளர் என்பதைப் பார் (நியுயார்க் மெக்ராவ் ஹில் நூல் கம்பெனி, 1954).

'சிறைவாசிகளின் இருதலை வாதம்' எனப்படும் இச் சுலபமான விளையாட்டும் நாம் பார்த்ததுபோல் அதன் முரணுரைப் பக்கத்தைப் பெற்றிருக்கிறது. பொருளா தாரத்திற்கும் சமூக அறிவியலுக்கும் ஆச்சரியப்படும்படியான பல செயல்முறை களைப் பெற்றுள்ளது. மேலும் R. D. லுசு, H ரைவாவின் விளையாட்டுகளும் முடிவு களும் என்னும் நூலில் ஆயப்படுகிறது (நியூயார்க் ஜான் வில்லி & சன்ஸ் 1957) பக்கம் 94—99.

ஆனால், மற்றோர் எடுத்துக்காட்டு. இஃது எப்போதும் இருக்காதென்பதை விளக்கும். அடுத்த பருவத்திற்கான விலையை ஒரே நேரத்தில் தெரிவிக்கவேண்டித் தொழில் வழக்கத்தால் வேண்டப்படும் ஒரு ஜோடி சில்லோர் முற்றுரிமையாளர்கள் அங்கு இருக்கிறார்கள். ஒருவருக்கொருவர் முன்னதாகக் கலந்துகொள்ள முடியாது. ஏனென்றால், வெறுப்பு ஒரு காரணமாகவும் அல்லது எதிர்ப்பொறுப் பாண்மைப் பிரிவு மற்றொரு காரணமாகவும் இருக்கலாம். தேவை பலமாகவும் நெகிழ்ச்சியற்றதாகவும் இருக்கின்றது. ஆகையால், இருவரும் விலை அதிகரிப்பை அறிவித்தால், அப் பருவத்திற்கு இருவரும் லாப அதிகரிப்பான 100,000 டாலரை அனுபவிப்பார்கள். இருந்தாலும் ஒருவர் மட்டும் விலை அதிகரிப்பைச் செய்தால், அவர் மற்றவருக்கு விற்பனையை இழந்து விடுவார். அதோடுகூட அவரது இலாபம் 50,000 டாலராகவும் குறையும். அதற்கு மாறாக அதே நிலையில் இருக்கும். நிறுவனம் 50,000 டாலர் லாபத்தைப் பெறும், அந்த நிலைமை அட்டவணை 6—5-ல் சுருக்கப்படுகிறது.

ஆக இரு நிறுவனமும் விலையை அதிகரித்தால் இருவரும் லாபம் அடைவார்கள். நீ ஒரு A நிறுவனமாக இருந்தால், நீ அப்படிச் செய்வாயா? உனது எதிரி அதே நிலையில் இருந்தால், நீ 50,000 டாலரை இழப்பாய் என்பதை நினைவில் வைத்துக்கொள். நீ விலையை அதிகரிக்க விரும்பாதபடி இரண்டு சூழ்நிலைகள் இருக்கும். (1) 50,000 டாலரை இழப்பதற்குக் கவலைப்படுபவரும் 100,000 டாலர் லாபத்தை அடைய ஒரு முயற்சியை எடுக்க விரும்பாத, ஒரு மாறுதல் விரும்பாத மேற்பார்வையாளராக நீ இருந்தால். (2) நிறுவனம் B, மாறுதல் விரும்பாத நிர்வாகத்தில் இருக்கிறதென்றும், ஒரு விலையை அதிகரித்து அதனால் விளையும் நன்மை தீமைகளை விரும்பாதது என்றும் நீ நம்பினால் என்ற சூழ்நிலைகளாக இருக்கும்.

உண்மையில் ஒரு மூன்றாவது சூழ்நிலையும் இருக்கிறது. அஃதும் அதே முடிவுக்கு எடுத்துச் செல்லும் என்பதையும் பணம் ஊசலாட்டத்தில் இருக்கும்பொழுது ஒருவர் எப்படி ஆராய வேண்டுமென்பதையும் கூறுகிறது. (3) நீ ஒரு மாற்றத்தை விரும்பாத நிறுவனம் என்பதை B நினைக்கிறதென்றும் விலையை[1] ஏற்றாது என்றும் நீ நம்புவது மூன்றாவதாகும். அவை ஒருவருக்கொருவர் கலந்துகொள்ளாவிட்டால், இருவரும் நன்மையான முடிவுகளை எடுப்பார்கள் என்பது நிலையற்ற ஒன்றாகும்.

[1] தப்பிதமாக இருந்தாலும், B அதை உறுதியாக்க வேண்டியிருக்கிறது. நீ விரும்பினால், இப்படிப்பட்ட எண்ணங்களை மேலும் பின்பற்றலாம். ஆனால், மனமொத்த நன்மை பயக்கும் முடிவுகள் இல்லாவிட்டால், அப்படியொன்று இருக்க வேண்டிய அவசியம் இல்லை. நிலைமைகள் குழப்பமுடையனவாய் இருக்கும்.

அட்டவணை 6—5

விலைமாற்ற விளையாட்டிற்கான பழிக்குப்பழி உருவாகும் இடம்

(A-ன் லாபத்தையும்/1000 டாலரில் B-ன் லாபத்தையும் ஒப்பிடப் படுகிறது.

B நிறுவனத்தின் தேர்வு		A நிறுவனத்தின் தேர்வு	
		அதிகரிப்புவிலை	நடத்து விலை
அதிகரிப்பு விலை	...	100/100	50/—50
நடத்து விலை	...	—50/50	0/0

இவ்விரண்டு சலிப்பூட்டுகிற விளையாட்டுகளும் ஒரு சில்லோர் முற்றுரிமையில் ஓர் உயிரின் ஒரு கூறைக் கூறுகிறது. அஃதாவது எதிரிகளுடைய சூழ்ச்சியான உள் இடைவிளைவு ஆகும். செயல் முறையில் சில்லோர் முற்றுரிமையாளரின் விளையாட்டு மிகவும் சிக்கலானதாக இருக்கும், ஒவ்வொரு நிறுவனமும் ஒருவரைவிடப் பல கலந்தாய்வதற்குரியவர்களின் செயலோடு திருப்தியடையவேண்டும். ஓரோ ஓர் இரு கவர்பிரிவு முறைக்குப் பதிலாக ஒவ்வொருவரும் விலைகள், பொருள் மாதிரி, விற்பனைக் கொள்கை, அவற்றைப்போன்ற பலவற்றிலும் ஒரு தொரணி ஒற்றைமாற்றைப் பெற்றிருப்பார்கள். அதற்கு மேலாக, நாம் செய்ததைப்போல், தவிர்க்க முடியாத வாணிப நிலையின்மை ஓர் உண்மை-தீ உருவாகும் இடத்தை அழிக்க முடியாதவாறு உண்டாகிறது.

நாம் புறக்கணித்த முக்கியமான சிக்கல் என்னவென்றால், ஒரு சில்லோர் முற்றுரிமையாளர் எடுக்கும் ஒவ்வொரு முடிவும் இரண்டு விளைவுகளை ஏற்படுத்துகிறதென்பதாகும். பழிக்குப்பழி உருவாகும் இடத்தில் பதிவு செய்யப்பட்ட எதிர்பார்த்த நேரடி விளைவு ஒன்றாகும். சந்தையில் மற்ற சில்லோர் முற்றுரிமையாளர்களுக்குத் தெரிவிக்கப் பட்ட கருத்து அல்லது செய்தி மற்றொன்றாகும். விலைமாற்ற உதாரணம் இரண்டாவது முறை எவ்வளவு முக்கியமானது என்பதைக் காட்டு கிறது. தான் ஒரு சந்தர்ப்பத்தை எடுக்க விரும்புவதாக அதன் எதிரி களுக்குப் புரிய வைப்பது ஒவ்வொரு நிறுவனத்திற்கும் முக்கியமானது. மிகவும் தெளிவற்றதாக இருந்தாலும், விளம்பர உதாரணத்தில் அறிவித்தல் பொருத்தமானதாக இருக்கிறது. அப்படியாக நிறுவனம் A அதன் விளம்பரப் பட்டியலைக் குறைக்கலாம். அப்படியாக 400,000

டாலர் இழப்பைத் தவிர்ப்பதற்காக நிறுவனம் Bக்கு அது பட்டியலை[1]க் குறைத்துத்தான் ஒத்துழைப்பதாகக் கூறலாம்.

சில்லோர் முற்றுரிமைச் சூழ்ச்சியின் நோக்குப் பல வழிகளில் பயன் படுத்தப்படுகிறது. ஒரு மேலோங்கிய நிறுவனம் ஓர் ஆழமான நிறுவனத்தால் வெட்டப்படும் ஒவ்வொரு விலைக்குப் பதிலளிப்பதற்கு விலையைக் குறைக்க வேண்டாமென்று அதன் எதிரிகளுக்குக் கற்பிப்பது முக்கியமானவற்றில் ஒன்றாகும். ஒவ்வொரு நடவடிக்கையையும் தெளிவற்றதாகச்[2] செய்து சில்லோர் முற்றுரிமையின் நடவடிக்கையை அது சிக்கலாக்குகிறது. ஒரு சில்லோர் முற்றுரிமையாளர் விலையைக் குறைத்தால், அவன் தொழிலின் விலை அமைப்பைக் குறைக்கச் சரியான நேரம் வந்து விட்டது என்பதைச் சொல்ல முயலுகின்றாரா, அல்லது அவரது சந்தையின் பங்கை அதிகரிக்க முயலுகின்றாரா என்பதை மற்றவர்கள் ஊகிக்கவேண்டும். சிறந்த நேர்மையான விலைக்குறைப்பும், தவறாக மொழி பெயர்க்கப்பட்டால், ஒரு விலை யுத்தத்தை எதிர்நோக்கவேண்டும். ஆகையால், ஒரு சில்லோர் முற்றுரிமையாளர் ஓர் அபாயத்தை மேற்கொள்வதற்கு முன்னர் குறைந்தது இருமுறையாவது நினைத்துப் பார்க்கிறார். சில்லோர் முற்றுரிமையாளர்கள் இப்படிப்பட்ட அபாயகரமான செயலைக் கள்ளத் தனமான விலைக்குறைப்பைத் தவிர்க்கிறார்கள். ஆனால், குறித்த விலையி லிருந்து கழிவை ரகசியமாய் அனுமதிக்கிறார்கள். அல்லது தரஅபிவிருத் திக்கு விதிக்காமல் விட்டுவிடுகிறார்கள், அப்படிப்பட்ட தப்புச் சரக்குகள் பதிலடியைச் சிறிது காலம் மட்டும் கடத்தமுடிகிறது. ஏனென்றால், வாடிக்கையாளர்கள் ரகசியத்தை வைத்திருக்க மாட் டார்கள்.

இரு சிக்கல்கள் தொடர்கின்றன. முதலில் சில்லோர் முற்றுரிமையில் குறுங்காலம், நீண்டகாலம் என்ற வேறுபாடு மறைக்கப்படுகிறது. ஏனென்றால், ஒவ்வொரு செயலும், அஃதாவது நிறுவனத்தைப்பற்றி எதிரியின் மதிப்பீடு, நிலைமை முதலியன நீண்டகால விளைவுகளை

[1] விளம்பர உலகில் இப்படி நிகழ்ந்ததா என்பதைப்பற்றி ஒரு சான்றும் கிடையாது. மோட்டார்த் தொழிலில் சில ஆண்டுகளுக்கு முன்னர் ஓர் அறிவுறுத்தும் சான்று நிகழ்ந்தது. உற்பத்தியாளர்கள் குதிரைச் சக்தியில் மறைமுகப் பேரத் தால் குறைக்க முடிந்தது. அபிவிருத்தி, அஃது ஓர் அபிவிருத்தியாக இருந்தது நிலைக்கவில்லை. ஏனென்றால் ஒப்பந்தம் ஏற்படவில்லை. பலவீனமான சந்தைகளில் உற்பத்தியாளர்கள் தொழில் கட்டுப்பாட்டை உடைத்து விட்டார்கள். சில வழிகள் பிறக்கும் என்பதால் அப்படிச் செய்தார்கள். அதையே சந்தைத் தலைவர்களும் தொடரக் கட்டாயப்படுத்தப்பட்டார்கள்.

[2] பிரிட்ச் ஆட்டத்தில் ஆட்டக் கேள்வியைப் போன்று. பிரிட்ச் சீட்டாட்டத்தில் கேள்விகளின் பொருள்களை விளக்க விரிவான வழக்கங்கள் அறிமுகப்படுத்தப்பட்டுள்ளன. அதைப் போன்ற ஒன்று சில்லோர் முற்றுரிமை யிலும் நேர்வதைப் பார்க்கலாம்.

உண்டாக்குகின்றன. இரண்டாவதாக, ஒவ்வொரு செயலின் அபாயமும் நிலையற்ற தன்மையும் அதிகமாக உயர்த்தப்படுவதால் சில்லோர் முற்றுரிமையாளர்கள் எந்த மாற்றங்களையும் செய்ய விரும்ப மாட்டார்கள்.

நடைமுறையில் சில்லோர் முற்றுரிமைகள்

நவீனத் தொழில் நுணுக்கத்தைச் சார்ந்திருக்கும் தொழில்களில் சில்லோர் முற்றுரிமை தவிர்க்க முடியாதது என்று நாம் பார்த்தோம். ஆனால், எதிர்ச் செயலாற்றாத அமைப்புச் சந்தையிலுள்ள நிறுவனங்கள் சந்தை நிலைமைகளில் மாற்றங்களுக்குத் தயாராக எதிர்த்துச் செயலாற்ற முடியாது. அல்லது அவர்களுடைய மனமொத்த நன்மையைத் தொடர்வதில்லை. ஆக, இஃது ஒரு சீர்மை நிலையிலிருந்து விலகி இருக்கிறது என்னலாம். ஆனால் சமூக நிறுவனங்கள் அப்படிப்பட்ட சவால்களுக்குத் தகுந்தவாறு நடந்து கொள்கின்றன. ஆகையால் சில்லோர் முற்றுரிமை அதற்கு விதி விலக்கு அன்று.

சில்லோர் முற்றுரிமையாளர்களுக்குச் சிறந்த வழிமுறையானது, ஒருவருக்கொருவர் கூட்டுறவுடன் நடந்து கொள்வதாகும். 19ஆம் நூற்றாண்டின் இறுதியில், சில்லோர் முற்றுரிமை முதலில் முக்கியமாகக் கணப்பொழுது முற்றுரிமையாக மாறுவதற்கான குணங்கள் வெளிப் பட்டன. எஃகு, புகையிலை, எண்ணெய் சுத்தி, டின் தயாரிப்பு மற்றும் பல தொழில்களின் இயல்பான சில்லோர் முற்றுரிமையாளர்கள் பொறுப் பாண்மைகளாகவும் வணிகக் கூட்டணிகளாகவும் முற்றுரிமையின் நன்மைகளை அனுபவிக்க இணைந்தனர். அரசாங்கம் எதிர்ப்பு இயக்கம் அதைத் தடுத்தது. அல்லது மறைமுகமாய் இருக்க வற்புறுத்தியது. சில்லோர் முற்றுரிமையாளர்கள் அறைகுறை கலந்து பேசுபவராக, 'ஜட்ஜ் கேரி டின்னர்ஸ்' (Judge Gary Dinners) போன்றவை எஃகுத் தொழிலில் ஏற்பட்டன. ஆனால், அவையும் நீதிமன்றங்களால் அனுமதிக்கப்படவில்லை.

நீதிமன்றங்களால் அடிக்கப்பட்டு, தகுதியற்ற விளம்பரத்தைத் தவிர்க்கவும் சில்லோர் முற்றுரிமையாளர்கள் கூட்டுறவு முறையைச் சார்ந்துள்ளார்கள், இவை மேலே கூறப்பட்ட மௌனப் பேரங்களையும் எழுதப்படாத வழக்கச்செயல்களினைக் கவனிப்பதையும் சார்ந்துள்ளன. இவ் வழக்கங்கள் மிக அதிகமாக எங்கும் காணப்படுகின்றன. விலைப் போட்டியை அனுமதிக்காததும் ஆகும். இந்நாள் வரைக்கும், சில்லோர் முற்றுரிமையாளர்கள் விளம்பரத்தாலும் பொருள் மாற்றத்தாலும் செலவுக் கணக்குக் கேளிக்கையாலும் தொழில் உளவறிதல்மூலமாகவும் மற்ற வழிகளாலும் ஒருவருக்கொருவர் கடுமையாகப் போட்டியிடு

கின்றனர். அப்படியிருந்தும் அவர்கள் விலையைக்[1] குறைப்பதில்லை. விலைக் குறைப்புத் தயாராகக் கிடைக்கும் ஒரு கருவியாகும். ஆனால், அதிலுள்ள எல்லாரையும் பாதிக்கக்கூடியது.

அடிக்கடி ஓர் ஆபத்தான முறையாக இருக்கும் விலை மாற்றங்களை ஏற்படுத்துவது தவிர்க்க முடியாததாக இருக்கிறது. மிகவும் சாதாரண மாக இருக்கும் வழி விலையின் தலைமையின் வழக்கத்தின்மூலமாகச் செயல்படுவதாகும். ஒரு மேலான நிறுவனம், ஆனால் தொழிலில் பெரியது அன்று, மற்றவர்கள் பின்பற்றகூடிய விலைமாற்றப் பொறுப்பை ஏற்று நடத்துகிறது. அவரது முன் செயல் லாபகரமாக இல்லா விட்டால் யாரும் பின்பற்றமாட்டார்கள். சில சமயங்களில் அவரது விலைமாற்ற தலைமைச் செயல், அவரது பின்பற்றுவோர்களுக்கு ஒரு விலைக் குறைப்பு அவருக்கு ஏற்படுவதைவிட அதிகமாக நெருக்கடி யானதாக இருக்கும்பொழுது எதிர்க்கப்படும். தலைவரின் தொடர்ச்சி யான செயல் சந்தைப் பங்குகளின் நடப்புப் பகிர்வின் பொதுத் தன்மையைப் பலமாகச் சார்ந்துள்ளது. சந்தையில் அப்போது சில நிறுவனங்கள் அவர்களின் நிலைமையை விருத்திசெய்ய முயற்சிக் கிறார்கள். அல்லது நிலைத்திருக்கத் துணிச்சலாகப் பேராடுகிறார்கள். ஆக அமைதி எளிதில் அமையக் கூடியதாக இருக்கிறது. சுருக்கமாக, ஒரு நிலையான விலைத் தலைவருடன்கூடிய சில்லோர் முற்றுரிமை, முற்றுரிமையில் உள்ளதைப் போல் அன்று. அதில் தலைவரின் சுதந்திரச் செயல் மிகவும் சுற்றி வளைக்கப்படுகிறது.

ஒரு மாற்றத்திற்கான தேவை அறியப்படும்பொழுது ஒரு புதிய விலைகளின் அட்டவணையைச் சில்லோர் முற்றுரிமையாளர் எப்படித் தீர்மானிக்கிறார் என்பது யாருக்கும் தெரியாது. காங்கிரஸ் குழுவிற்கு முன்னும் மற்ற நேரங்களிலும் இதைப்பற்றிப் பல சான்றுகள் இருக் கின்றன. சில்லோர் முற்றுரிமையாளர்கள் கூறுவதும் அதுவே தான். அஃதாவது நீண்டகாலச் சராசரிச் செலவை மதிப்பிட்டு அவர்களின் முதலீடு செய்யப்பட்ட மூலதனத்திற்கு ஒரு நியாயமான லாபம் கிடைக்கக்கூடிய ஒரு கணக்கைச் சேர்த்தும் அவர்கள் அவர் களின் விலையைக் கணித்துக் கூறுகிறார்கள். இவ்விதி, பொருள் கொள்ள முடியாதவாறு தெளிவற்றதாக இருக்கிறது. அஃது எந்த விற்பனை அளவு சராசரிச் செலவை மதிப்பிடுவதற்குப் பயன்படுத்தப்பட

[1] நடைமுறையின் இவ்வழக்கம் 1956-ல் நிகழ்ந்த ஒரு புகழ்ச்சிவாய்ந்த ஓர் எடுத்துக்காட்டாகும். அப்போது செவர்லெட்டும் (**chevrolet**), போர்டும் (**Frod**) பலமாகச் சந்தையின் தலைமையை ஏற்க முயன்றதாகும். 1957 மாதிரிக் கான விலை அறிவிக்கப்பட்டபொழுது, போர்டு தனது விலை செவர்லெட்டைவிட 3சத வீதம் குறைவாக இருப்பதை அறிந்து, போர்டு மிகவும் சாமர்த்தியமாய் அதன் விலையை உயர்த்தியது. அதனால் இருவரும் விலைப்போட்டி இருவரையும் பாதிக்கும் என்று உணர்ந்தனர்.

வேண்டும் என்பதை, அல்லது ஒரு நியாயமான லாபத்தை எவ்வாறு தீர்மானிக்கப்படுகிறது. ஒரு நிறுவனத்திற்குத் தகுதியாக இருக்கும் விலையை எப்படி வைத்துக் கரைப்பது ஆகியவற்றைப்பற்றி அது கூறவில்லை. உண்மையில் அந்த விதி விபரீதமானது. மாருச் செலவு களைச் சரிக்கட்ட விற்பனை மந்தமாக இருக்கும்பொழுது விலைகள் ஏற்றப்பட வேண்டுமென்பதைக் குறிக்கிறது. போட்டி நிலைமைகளை எடுத்து அவ்விதியின் உள்பொருள் வெளிப்படுத்தவேண்டுமென்பதை நெருக்கமான வினுக்கள் வெளிப்படுத்துகின்றன. மேலும் அதற்கு எண்ணற்ற விதி விலக்குகள் இருக்கின்றன. சூத்திரம் விலைக்கு ஒரு முதன்மையான தோராய மதிப்பைக் கொடுக்கிறது என்பதை எல்லாம் குறிக்கின்றன. காங்கிரஸ் நபர்களுக்கும் பொது மக்களுக்கும் விளக்க முடியாதவாறு தெளிவற்றதாக இருக்கும். சூழ்ச்சி கருதல்கள் அதற் கேற்ப சரி செய்யப்படுகிறது.

எளிதில் நம்பத்தக்க கருதுகோள், உறுதிப்படுத்தக் கடினமாக இருந்தாலும், முழுத்தொழிலின் சார்பாக விலைத் தலைவர்கள் முற்றுரிமை யாளர்களைப்போல் நடந்துகொள்வதாகும். அஃதாவது சராசரி நிறுவனத்தின் செலவு வரைகோடுகளும் தொழில் தேவை வரைகோட் டையும் அவர்கள் புரிந்து கொள்கிருர்கள் என்பதாகும். அப்படிப்பட்ட ஒரு நிறுவனத்திற்கு அதிகமான லாபத்தைக் கொடுக்கும் பொருட்டு ஒரு விலையை நிச்சயிக்க முயலுகிருர்கள். இக் கொள்கையைப் பின் பற்றும்பொழுது விலை நிர்ணயிப்பவர் அவரது போட்டியாளர்களுக்கு உழைக்கும் கோட்பாட்டினைக் கொடுப்பவராக இருக்கமுடியாது. அவரது பணி பின்பற்றக்கூடிய ஒரு விலை அட்டவணையைக் கூறுவ தாகும். குறிப்பாக, அவர் ஒரு குறைவான செலவு நிறுவனமாக (ஜெனரல் மோட்டார்ர்ஸ் போன்றது), அல்லது ஓர் உயர்ந்த செலவு ஒன்ருக (U,S எஃகு போன்றது) இருந்தால், ஒருவர் தன்னையே மேலாகக் கவனிக்கும் கெடுதல் பழியை ஏற்கும்படியானவராக இருக்கலாம் என்ற உண்மையைக் கவனத்தில் கொள்ளவேண்டும். போட்டி ஓரத்தின் ஆர்வத்தையும் கருதவேண்டும். ஏனென்ருல், அவையும்கூட மிருதுவான சம நிலையைக் கெடுத்துவிடும்.

சில்லோர் முற்றுரிமையின் செலவு

சில்லோர் முற்றுரிமை அமெரிக்காவிலும் மற்ற முன்னேறிய நாடு களிலும் மிகவும் பரவலாக உள்ளது. ஆகவே எவ்வளவு வித்தி யாசத்தை உண்டாக்குகிறது என்பதைப் பற்றியும் அல்லது மாருகக் கூறினுல், அதன் சந்தைகள் உண்மையாகப் போட்டித் தன்மையை யுடையனவாக இருந்தால் பொருளாதாரம் எவ்வளவை உற்பத்தி செய்யும் என்பதைப் பற்றிய ஒரு தீர்ப்பை ஏற்படுத்துவது முக்கிய

மாக இருக்கிறது. இதைக் குறிப்பிட்டுக் கூறமுடியாது. சில்லோர் முற்றுரிமைக்கும் போட்டிக்குமுள்ள வேறுபாடு மிகவும் ஆதாரமாகவும் பரவுகிறதாகவும் இருப்பதால், அதன் கிளைத்தல் எல்லாம் மதிப்பிட முடியாதவாறுள்ளன. ஆனால், ஒரு புத்திக் கூர்மையான பண்பற்ற மதிப்பீட்டை நாம் விருத்தி செய்துகொண்டிருக்கும் கருத்துகளுடனும் ஒரு சிறிய கூர்மதியின் உதவியாலும் உண்டாக்கமுடியும்.

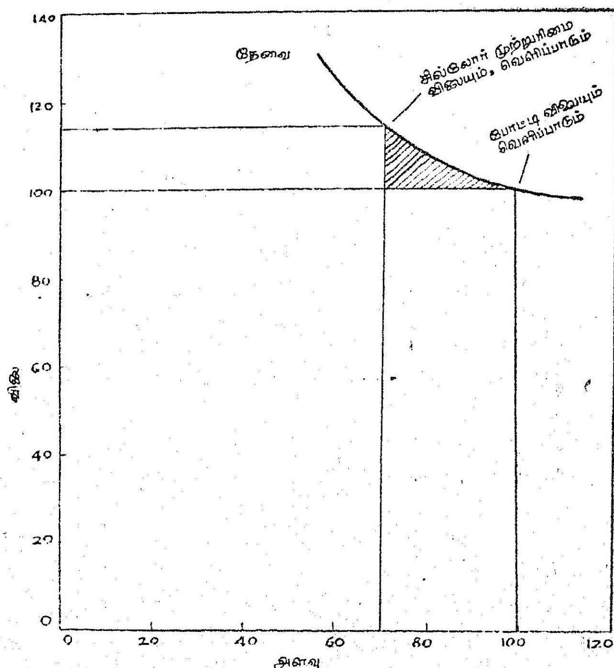
ஒரு முற்றுரிமை அல்லது சில்லோர் முற்றுரிமையால் ஏற்படுத்தப்படும் பொருளாதார நட்டம் இரண்டு பொருள்களைச் சார்ந்துள்ளது. பொருளின் விலையின் அளவால் போட்டி மட்டத்திற்குமேல் உயர்த்தப்படுவது, பொருளின் உற்பத்தியின் அளவைக் குறைப்பது முதலியனவாகும். மேலும் இவ்விரண்டு காரணிகளும் தேவை நெகிழ்ச்சியால் சம்பந்தப்படுத்தப்படுகின்றன. தேவை நேகிழ்ச்சி என்றும் அமெரிக்காவில்[1] சில்லோர் முற்றுரிமைத் தொழிலில் பரவலாக இருக்கும் நெசிழ்ச்சிகளின் ஒரு நியாயமான மதிப்பீட்டைக் காட்டிலும் அதிகமாய் அஃது உள்ளது என்றும் ஊகித்துக்கொள். அப்படியானால் ஒரு சில்லோர் முற்றுரிமை விலையில் 1 சதவீத உயர்வை ஏற்படுத்தினால், உற்பத்தி செய்யப்பட்டு விற்கப்படும் அளவு 2 சதவீதம் குறையும் (தேவை நெகிழ்ச்சி விலையில் ஒரு சதவீத அதிகரிப்பிலிருந்து ஏற்படும் தருவிக்கப்படும் அளவிலான சதவீதக் குறைப்பாக இருக்கும் என்பதை ஞாபகத்தில் வைத்துக்கொள்). உண்மையில், விலையில் ஒரு தரமான மதிப்பீட்டால், போட்டி மட்டத்திற்குமேல் அமெரிக்கன் சில்லோர் முற்றுரிமைகள் 15 சதவீதத்தை உண்டாக்குகின்றன. ஆகையால், சில்லோர் முற்றுரிமையான தொழில்களின் உற்பத்தி $2 \times 5 = 30$ சதவீதத்திற்கும் அதிகமாக இல்லாமல், அந்தத் தொழில்கள் போட்டியுடையனவாய் இருந்தால், இருக்கும் என்பதை மதிப்பிடலாம்.

இஃது ஒரு கவர்ச்சிகரமான எண்ணாக இருந்தாலும் உண்மையான பொருளாதார நட்டத்தைவிட, அது மிகவும் அதிகமாய் இருக்கும். சில்லோர் முற்றுரிமைத் தொழில்கள், கட்டுப்பாடு இல்லாமலிருப்பதைவிட 30 சதவீதம் குறைவான உற்பத்தியால், அவை போட்டித்தன்மையுடையனவாக இருந்தால், அவை உபயோகிக்கும் வளங்களில் 30 சதவீதத்தைப் போட்டித் தொழில்களுக்கு ஒதுக்கியிருக்கும் என்பது காரணமாகும். அந்த வளங்கள் விரயமாக்கப்படவில்லை, ஆனால் பொருள்களின் வளங்கள் சில்லோர் முற்றுரிமை அல்லது முற்றுரிமைத் தொழில்களில் பயன்படுத்துவதைக் காட்டிலும் போட்டித் தொழிலில் உபயோகப்படுத்தும்பொழுது, அவை குறைவாக மதிப்பிடப்படு

[1] சில்லோர் முற்றுரிமைத் தாக்கலின் மற்ற மதிப்பீட்டிற்கும் இதற்கும் டேவிட் சூவார்ட்ஸ்மேனைப் பார், 'விலையில் முற்றுரிமையின் பாதிப்பு' அரசியல் பொருளாதார ஏடு, 67, (ஆகஸ்ட், 1959), 352—62.

கின்றன. வளம் உற்பத்தி செய்யப்பட்டிருக்கும் அதிகப்படியான மதிப்பில்தான் விரயம் இருக்கிறது; அஃதாவது சில்லோர் முற்றுரிமை உற்பத்திக் கட்டுப்பாடு இல்லாவிட்டால் ஏற்படுகிறது.

படம் 6—3-ஐப் பார்த்து மதிப்பின் நட்டத்தையும் மதிப்பிடலாம். ஒரு சில்லோர் முற்றுரிமைப் பொருளுக்கான தேவை வளை கோட்டை அது காட்டுகிறது. அதன் விலையை, 100-லிருந்து 115க்குப்



வரைபடம் 6—3

சில்லோர் முற்றுரிமைக் கட்டுப்பாட்டினால் பொருளாதார நட்டம்: தேவை வளைகோட்டிற்குக் கீழ் உள்ள கோடிட்ட இடம் பொருளாதார நட்டத்தை அளிக்கிறது.

பண அலகாக உயர்த்தி விற்கப்பட்ட அளவை 100-லிருந்து 70-ஆகக் குறைக்கப்பட்டுள்ளது. நுகர்வோர்கள் உற்பத்தி செய்யப்படாத பொருள்களுக்கு அவை கிடைக்குமானால், சராசரியாக $107\frac{1}{2}$-ஐச் செலுத்த விரும்புவார்கள் என்பதை அப் படம் காட்டுகிறது. சதவீத மூலமாகக் கூறினால், உற்பத்தி செய்யப்படாத 30 சதவீதப் பொருள்கள் சராசரி போட்டிவிலையைவிட $7\frac{1}{2}$ சதவீதம் அதிகமான தகுதியுடைய

தாய் இருக்கும் என்பதாகும். உற்பத்தி மதிப்பின் நட்டம், போட்டி நிலைமைகளில் விற்கப்பட்டிருக்கும் மதிப்பில், $7\frac{1}{2} \times 30 = 2.2$ சதவீத மாக இருக்கும். ஆகையால், விடுவிக்கப்பட்ட வளங்கள் போட்டித் தொழில்களில் பயன்படுத்தப்பட்டிருக்கும் ஆகையால், சில்லோர் முற்றுரிமையால் உண்டாக்கப்பட்ட பொருளாதார நட்டம் முதலில் தோன்றுவதைக் காட்டிலும் மிகவும் குறைவாக இருக்கும்.

அதன் பண்பற்ற நிலையைத் திரும்பக் கூறுவதிலிருந்து அதன் மதிப்பீட்டைப்பற்றிப் பலவாருகக் கூறலாம். சில்லோர் முற்றுரிமைக் கட்டுப்பாடு உற்பத்தியால் உண்டாக்கப்பட்ட நட்டத்தைமட்டும் அஃது உள்ளடக்குகிறது. சில்லோர் முற்றுரிமைச் செலவுகள், விளம்பரம், மாதிரி மாற்றங்கள் முதலியவற்றை அஃது உள்ளடக்க வில்லை. சில சில்லோர் முற்றுரிமைத் தொழில்களுக்கு விளம்பரப் பட்டியல்கள் மொத்த விற்பனையில் 10 சதவீதமாக இருக்கிறது. அதற்குமேலும், சில்லோர் முற்றுரிமை நீண்டகாலச் சராசரி செலவு களையும் விலைகளையும் எழுப்புகிறது. எடுத்துக்காட்டாகச் சில்லோர் முற்றுரிமையில் கூலிகள் போட்டித் தொழில்களைவிடக் குறிப்பிடத் தக்கவாறு உயர்வாக இருக்கின்றன. ஏனென்ருல், முதலாளிகள் செலவைக் குறைக்கவேண்டிய போட்டி நெருக்கடியிலிருந்து விலகு கிருர்கள். மேலும் சங்கங்கள் அதன் அங்கத்தினர்களுக்குச் சில்லோர் முற்றுரிமை லாபத்தில் பங்கு கோருகிருர்கள். ஆகையால் போட்டி அளவைவிட விலையின் 15 சதவீத மிகைவிலைக் குலைவின் (அது நீண்ட காலச் சராசரி செலவுக்குச் சமமாக இருக்கிறது) அளவைக் குறைவாகக் கூறுகிறது. அதே நேரத்தில் போட்டித் தொழில் களுக்குக் கொடுக்கப்பட்ட வளங்களின் மதிப்பு மிகைபடுத்தப்படு கிறது. இப்படிப்பட்ட பல காரணங்களை அளவிட்டால், பொருளா தாரத்திற்குச் சில்லோர் முற்றுரிமை, முற்றுரிமை ஆகியவற்றின் செலவு, சில்லோர் முற்றுரிமை உற்பத்தித் தொழிலின் மதிப்பில் 5 முதல் 7 சதவீதம்வரை காணப்படுகிறது. பொருளாதாரத்தில் உற்பத்தியானதில் இந்தத் தொழில்கள் 4-ல் ஒரு பங்கு மதிப்பைப் பெற்றிருப்பதால், மொத்தச் சுமை பொருளாதார உற்பத்தியின் மதிப்பில் 1—2 சதவீத அளவாக இருக்கும்.

ஆகையால், சில்லோர் முற்றுரிமை பொருளாதாரத் தகுதியில்லா மையின் ஒரு சிறிய மூலமாக மாறுகிறது. சில்லோர் முற்றுரிமை யாளர்கள் ஏன் அவர்களின் சந்தேகமற்ற சக்திகளை மெட்டான வகையில் பயன்படுத்துகிருர்கள் என்பதைப்பற்றி ஆச்சரியமாய் இருக்கிறது. மேலே அவற்றில் ஒரு காரணத்தைப் பார்த்தோம். சில்லோர் முற்றுரிமையாளர், அவரது தத்துவச் சக்திகளைச் சுரண்ட

எதேச்சாதிகாரமாக நடக்கமுடியாது. ஏனென்றுல், அவரது உடன் கூட்டாளிகளிடமிருந்து அதிகமான ஒத்துழைப்பை எதிர்பார்க்க முடியாது. ஆனுல், இதுவரை நம்மால் குறிப்பிடப்படாத மற்ற தடுத்தல்களை அவர் எதிர்ப்படுகிருர். போட்டித் தொழிலிலும்கூட, இறுதியான ஒழுங்குபடுத்துவோரின் விலைகள் என்பது, அப்போது இருக்கும் நிறுவனங்களாலும் தொழிலுக்குப் புதிதாக வருபவர்களாலும் அறிமுகப்படுத்தப்படுகிற புதிய பரும அளவாகும். ஒரு பொருளின் விலை சாதகமாக இருக்கும்பொழுது, சில்லோர் முற்றுரிமையாளர் அவர்களில் பரும அளவையும் விற்பனைகளையும் அதிகரிக்கத் தூண்டப்படுகிருர். புதிய வசதிகள் ஏற்படுத்தப்பட்டால், அவர்களின் விலையை மறைத்து புதிய தொழிற்சாலையைச் சுறுசுறுப்பாக்க மிகவும் தூண்டப்படுவார்கள். கூட்டமைப்புகள் (இந்த நாட்டில் சட்ட விரோதமானது) சில்லோர் முற்றுரிமையின் உயர்ந்த அமைப்புகளாக இருப்பவை அவர்கள் விதிக்கும் விலைகளுடன் அவர்களின் அங்கத்தினர்களின் விற்பனை அளவைக் கட்டுபடுத்துவதன்மூலம் திருப்தி அடைகிருர்கள். கூட்டமைப்புகளின் சக்தியைப் பெருமல் சாதாரண சில்லோர் முற்றுரிமை அதன் அங்கதினர்களின் பருமன் விரிவாக்கத்தால் மிகவும் லாபகரமான விலைகளை நிலைநாட்ட முடியாமல் துன்பம் அடைகிருர்கள்.

அதே நேரத்தில், வெளி நாட்டு உள்நாட்டுத் தொழில்கள் நுழையும் பயம் இருந்துகொண்டே இருக்கும். உற்பத்தியிலும் விற்பனையிலும் சிக்கன அளவைச் சில்லோர் முற்றுரிமை சார்ந்துள்ளது என்று நாம் பார்த்தோம். அப்படிபட்ட தொழில் தேவை பொதுவாக விரும்பத் தகாதவாறு தடுக்கிறது. ஆனுல், அப்படிப்பட்ட நிலைமையை அஃது அழித்துவிடாது. சில வேளையில், நிலைமைகள் கவர்ச்சிகரமானவையாக இருக்கும்போது, அது முதுமையடைகிறது. ஜெனரல் எலெக்ட்ரிக், ஷெரார்களின் கணிப்பு உற்பத்தியின் ஆக்கிரமிப்பும் பல அயல்நாட்டு உற்பத்தியாளரின் அமெரிக்கன் மோட்டார்ச் சந்தையின் ஆக்கிரமிப்பும் சில்லோர் முற்றுரிமையாளர் தவிர்க்க ஆசைப்படும் நிகழ்ச்சிகளின் நூதன உதாரணங்களாகும். பலத்த புதிய போட்டியாளர்களைக் கவர்வதைத் தவிர்க்கும்பொருட்டு அவர்களுக்கு லாபகரமாகவும், ஆனுல் மற்றவர்களைக் கவராதவாறு குறைந்த லாபத்தையும் சில்லோர் முற்றுரிமையாளர்கள் விலையை நிலைப்படுத்த முயலுகிருர்கள். அது தான் நுழைவு முன்னுணர்ந்து தடுக்கும் விலைகள் ஆகும். இந்த எல்லாக் காரணங்களும் சில்லோர் முற்றுரிமையாளர்களின் சக்தியைப் பலமாகக் கட்டுப்படுத்துகிறது. எதிர்ப்பான ஒத்துழைப்பை வைத்திருப்பதில் அவர்களின் துன்பங்கள் புதிய போட்டியாளர்கள் முதலியோரின் போட்டி விலை அளவிலிருந்து நகராமல் அவர்களை இருக்கச் செய்கிறது.

சுருக்கம்: சந்தைகளைப்பற்றிய ஒரு மதிப்பீடு

இவ் வதிகாரத்தில் போட்டிக்கான இரண்டு பொது மாற்றுவகைகளைக் கருதினோம். அவை முற்றுரிமையும் சில்லோர் முற்றுரிமையும் முற்றுரிமைப் பொருளாதார விரயத்தைச் செய்கின்றன என்பதைப் பார்த்தோம். பொருளாதார இன்றியமையாதனவற்றுக்கும் சட்டக் கட்டுப்பாடுகளுக்கும் இடையில் நெருக்கப்படுவதால் அவர்களின் நோக்குநிலையில் அல்லது பொருளாதாரத்தின் நிலையில் திறமையாகச் செயலாற்ற முடியவில்லை. இருந்தாலும் இச் சந்தை அமைப்புகள் நவீனத் தொழில் நுணுக்க நன்மைகளைப் பெறத் தேவைப்படுகின்றன.

எல்லாச் சந்தைகளின் நோக்கமும் செய்தியை அனுப்புவதாகும். நிறுவனங்கள், தாங்களே பொருளாதாரத்தின் பெரும்பாலான பணிகளைச் செய்வதற்கு அமைக்கப்படுகின்றன. அஃதாவது நுகர்வோர்களுக்குத் தேவைப்பட்டதை உற்பத்தி செய்யவும், சேமிக்கவும், ஏற்றுமதி செய்யவும் எல்லாப் பொருள்களும் பணிகளும் அளிப்பதற்குமேயாகும். பல பொருள்களின் தொடர்பான உற்பத்திச் செலவுகளை நுகர்வோர்களுக்கு அறிவித்தால்தான், அதைப்போல நுகர்வோர்கள் செலுத்த விரும்பும் தொடர்பான விலைகளையும் நிறுவனங்களால் அறிவிக்கப்பட்டால்தான், எதை உற்பத்தி செய்வது எங்கு அவற்றை அளிப்பது என்பன போன்ற தீர்மானங்களை அறிவுடைமையாகச் செய்யமுடியும். இந்த அறிவிப்பை மாற்றிக் கொள்வதுதான் சந்தைகளின் முழுநோக்கமாகும். செம்மையுடனும், சுறுசுறுப்புடனும் அவர்கள் செய்யும் காரியங்களால் அவை சரியானபடி தீர்மானிக்கப்படுகின்றன.

போட்டி நன்றியுடன் பொருளாதாரச் செய்தியைக் கை மாற்றிக் கொடுக்கிறது. ஒவ்வொரு நிறுவனமும் லாப எதிர்பார்ப்புடன் இறுதி நிலைச் செலவு விலைக்குச் சமமாக இருக்கும் ஓர் அளவை உற்பத்தி செய்கின்றன. நுகர்வோர்களால் செலுத்தப்படும் விலைகள், உற்பத்திக்கான பொருள்களை வாங்க வேண்டிய வளங்களின் செலவை அளந்து கூறுகின்றன. ஒரு போட்டிப் பொருளின் விலை அதிகமாய் இருந்து, நுகர்வோர்கள் மற்ற பொருள்களை அதற்குப் பதிலாக மாற்றத் தூண்டப்பட்டால், வளங்கள் அந்த மற்ற பொருள்களை உற்பத்தி செய்ய விடுவிக்கப்படுகின்றன. அவர் வாங்கும் பொருள்களை உற்பத்தி செய்ய விட்டுக்கொடுக்கவேண்டிய பொருள்களின் மதிப்பை அறிந்தும், அஃதேதான் அவர் வாங்கலின் வாய்ப்புப் பெறுமானம் என்று அறிந்தும், நுகர்வோர் அவரது சொந்த வரவு செலவுப் பட்டியலைப் பகிர்ந்து, உற்பத்தியாளர்களை அவருக்குத் திருப்தியளிக்கும் வழியில் தேசிய வளங்களின் பட்டியலைப் பகிர்ந்தளிக்க வழிகாட்டச் செய்கிறது.

குறுங்காலச் சரிப்படுத்தல் வளங்களின் சிறந்த ஒதுக்கலைக் கிடைக்கும் தொழிற்சாலையுடன் செயல் துணையாய் இருந்து, தொழிற்சாலை விரிவாக்கம் மிகவும் தேவைப்படும் தொழில்களை அதே சமயத்தில் சுட்டிக்காட்டும். சராசரி செலவுகளைவிடக் குறுங்கால இறுதிநிலைச் செலவுகள் மிகையாக இருக்கும்போது லாபங்கள் பெருவாரியாக இருக்கும். அம் மிகுதிகள் தொழில்களின் அதிகமான அல்லது பெரிய தொழிற்சாலைகள் நீண்டகாலச் சராசரி செலவுகளை நோக்கி இறுதிநிலைச் செலவுகளைக் குறைப்பதால் ஏற்படும் பெரும் பொருளாதார நன்மைகளாக இருக்கும் என்பதைச் சுட்டிக்காட்டுகின்றன. இன்னும் தெளிவான முறையில் கூறினால், சராசரி செலவுகளுக்கு மேலான ஒரு பெரிய மிகையான இறுதிநிலைச் செலவுகள், கிடைக்கும் தொழிற்சாலையில் குறைபாடுகளை நிவர்த்திக்க உழைப்பிலும் கச்சாப் பொருள்களிலும் செலவிடப்படவேண்டுமென்பதைச் சுட்டிக் காட்டுகிறது.

பல வழிகளில் முற்றுரிமையும் சில்லோர் முற்றுரிமையும் நாம் விவாதித்துக்கொண்டிருந்த செய்தித் தன்மை கைமாற்றிக்கொள்வதைத் தடை செய்கின்றன. அதன் இறுதிநிலைச் செலவுக்குப் பொருளின் விலை சமமாக இருக்க நேரிடாது. முற்றுரிமையாளர் அதை விரும்புவதில்லை. சில்லோர் முற்றுரிமையாளர் அதை வைத்திருக்க விரும்பாதபடி பிடிவாதமாக இருக்கிறார். இரண்டிலும் தகுதியான முதலீட்டு அளவைத் தூண்டுவதற்கான லாபங்களின் அளவைத் தானாக அறிவிக்கக் கூடியதாக இல்லை. போட்டிச் சந்தைகளின் அசாதாரண லாபங்கள் குறைக்கப்படும்வரை புதிய முதலீடு ஏற்படுகிறதென்று பார்த்தோம். ஆனால், இப்படிப்பட்ட செய்தி முற்றுரிமையாளர்களுக்கு அல்லது சில்லோர் முற்றுரிமையாளர்களுக்குப் பொருந்தாததாக இருக்கிறது. அவர்கள் முதலீடு செய்தாலும் அதற்கு மிகவும் முந்தியே நிறுத்திவிடுகிறார்கள். மேலும் நிலையான நிறுவனங்களின் வலிதாக்கும் நிலைமைகள் புதிதாக வருபவர்களின் முதலீட்டைத் தயக்க முண்டு பண்ணித் தடுக்கிறது.

முற்றுரிமையைக் கட்டுப்படுத்தல் அதன் குறைகளைத் தீர்க்கும் ஒரு பாகமாகும். சக்திவாய்ந்த கம்பெனிகள், தாங்கள் கட்டுப்படுத்தப்படுவதாகப் போட்டியிட்டு வாதிடும்பொழுது, அரசாங்க அதிகாரிகளின் தீர்ப்பு ஓர் உணர்வுள்ள சந்தை நுணுக்கத்திற்கு ஓர் அற்பமான பதிலீடாகும். கட்டுப்பாடு விலைகளைச் செலவுகளும் பொருந்தும்படியாகச் செய்கிறது. ஆனால், சில்லோர் முற்றுரிமைகளின் அக் குணங்களுடன் இருக்கும் பொதுவான விறைப்புகளை அஃது அறிமுகப்படுத்துகிறது. எதிர்ப்பொறுப்பாண்மை நடவடிக்கைகள் போட்டித் தன்மைக்குப் பதிலாகச் சில்லோர் முற்றுரிமையை உருவாக்க நேரிடும்.

சில்லோர் முற்றுரிமைகள் சந்தை நிலைமைகளுக்கு நுதன விறைப்பாகவும் செயலாற்றுமையிலிருந்தும் துன்பப்படுகின்றன. அவையும் நடைமுறையில் விளம்பரத்தில்[1] பொருளாதார வளங்களைச் சிதறடிப்பதற்குக் கட்டாயப்படுத்தப்படுகின்றன. பொருள் குணங்களின் சிறப்பான மாறுதல்களிலும் கட்டாயப்படுத்தப்படுகின்றன. மற்றொரு விரும்பத்தகாத பக்கம் சில்லோர் முற்றுரிமைக்கு இருக்கிறது. சில்லோர் முற்றுரிமை விளம்பரத்தைத் தூண்டுகிறது. விளம்பரச் செயல் நுகர்வோர் விருப்பத்திற்கிணங்க விளம்பரப் பொருள்களை உண்டாக்குவதாகும். ஆனால், பொருளாதார முயற்சியின் நோக்கம் நுகர்வோர்களின் விருப்பங்களைத் திருப்தி செய்வதாக இருந்தால், நிறுவனங்கள் உற்பத்திக்கேற்ப நுகர்வோர்களின் விருப்பங்களை ஏற்படுத்தும் சந்தை அமைப்பைப்பற்றி என்ன கூறுவது? வைத்தியர்களின் அறிவுரைக்கு மாறாக மக்களைப் புகை பிடிக்கச் செய்யும் ஓர் அமைப்பைப்பற்றி என்ன கூறமுடியும்? இப்படிப்பட்டவற்றுக்கும் மற்ற நெருக்கடியான வினாக்களுக்கும் உள்ள பதில்கள் உங்களுடைய கவனத்தைப் பெறும் தகுதியைப் பெறுகின்றன. துரதிர்ஷ்டவசமாக அவற்றை இங்குப்[2] புத்தாய்வு செய்ய முடியாது.

சில்லோர் முற்றுரிமைகளைக் கட்டுப்படுத்தக்கூடிய ஆற்றல் வாய்ந்த முறைகளை உருவாக்கவில்லை. சில்லோர் முற்றுரிமையாளர்கள், அவர்கள் நடப்பதற்கு மாறாக நடக்க வேண்டுமென்று எதிர்பார்ப்பது அறிவுக்குப் புறம்பானதாகும். வெகுமதிகள், தண்டனைகள் ஆகியவற்றின் முறைகள் அவர்களுடைய எதையும் சகித்துக்கொள்ளாது.

பொருளாதார நடவடிக்கையை அமைக்கும் சுயேச்சையான சந்தைமுறையின் ஓர் ஆபத்தான குறைபாடாக முற்றுரிமை, சில்லோர் முற்றுரிமையின் பரவல்தன்மை யிருக்கிறது. இம் முறை சிற்றளவு உற்பத்தியாளர்களின் மூலச் சூழ்நிலையில் சிறந்த முறையில் பணியாற்றுகிறது. பேரளவு உற்பத்தி, பேரளவு வாணிபத்தின் நன்மையைப் பெற விருத்தி செய்யப்பட்ட தொழில் பூதங்களை வழிகாட்டவும் கட்டுப்படுத்தவும் குறைவாகப் பொருத்தமாகிறது. இருந்தாலும் சில்லோர் முற்றுரிமையின் அளவிடக்கூடிய செலவுகள் ஆச்சரியப்படத் தக்கவாறு சிறியனவாய் உள்ளன.

[1] ஓர் ஆண்டிற்கு விளம்பரத்திற்கு மொத்தப் பட்டியல் 12 பில்லியன் டாலருக்கும் அருகில் மதிப்பிடப் பட்டுள்ளது. அது விளம்பரப்படுத்தப்படும் பொருள்களின் மதிப்பில் 5 சதவீதமாகும்.

[2] இவ்வாய்வு பொருளின் ஒரு குத்தலுக்கு J. கென்னத் கால்பிரைத்தின், செல்வமிக்க சமூகம் என்னும் நூலைப்பார். (பாஸ்டன்: ஹவ்டன் மிப்லின் கம்பெனி, 1958)

பிற்சேர்க்கை இறுதிநிலை வருவாய், நெகிழ்ச்சி, முற்றுரிமையின் லாபங்கள்.

அதிகாரம் 3-க்கான பிற்சேர்க்கையில் உள்ளதைப்போல் அதே பொதுக் கருத்தைப் பயன்படுத்தி முற்றுரிமை லாபங்களுக்கும் தேவை நெகிழ்ச்சிக்குமுள்ள அல்ஜிப்ராத் தொடர்பை விருத்தி செய்யலாம். விலை p யாக இருக்க, அந்த விலையில் x அலகுகள் விற்கக்கூடும். $p-\triangle p$ ஒரு விலையாக இருக்க அதில் $x+1$ அலகுகள் விற்கக்கூடும். x அலகுகள் விற்கப்படும்பொழுது மொத்த வருவாய் xp ஆகவும், $x+1$ அலகுகள் விற்கப்படும் பொழுது மொத்த வருவாய் $(x+1)\ (p-\triangle p)$ ஆகவும் இருக்கும். ஆக x அலகுகள் விற்கப்படும்பொழுது இறுதிநிலை வருவாய் விளக்கம் மூலமாக,

$$\begin{aligned} MR\,x &= (x+1)\ (p-\triangle p) - xp \\ &= p - x\triangle p - \triangle p \\ &= p\ (1-\frac{x}{p}\triangle p) - \triangle p \end{aligned}$$

முதலாவதோடு ஒப்பிடப்படும்பொழுது இரண்டாம் பருவம் புறக்கணிக்கக்கூடிய அளவாக இருக்கிறது. அதனால் ஒதுக்கப்படும் செப்பமுடையதாக்க $\triangle x=1$ என்று எழுதினால் நமக்கு,

$$MR\,(x) = p\ (1-\frac{x\triangle p)}{p\triangle x}$$ கிடைக்கும்.

நெகிழ்ச்சியை கிரேக்க எழுத்து நெடில் (eta) η ஆல் குறிப்பிடுவோம். தேவைப்பட்ட அளவின் சதவீத மாற்றத்தின் விகிதாச்சாரம் விலையின் சதவீத மாற்றத்திற்கு, அல்லது,

$$\eta = \frac{p\triangle x}{x\triangle p}$$

அஃது இறுதிநிலை வருவாய்க்கான சூத்திரத்தின் சிறு துண்டின் எதிரிடையாகும். ஆகையால், இறுதிநிலை வருவாய், விலை, நெகிழ்ச்சி ஆகியன இத்தொடர்பால் சேர்க்கப்படுகின்றன.

$$MR\,(x) = p\ (1-\frac{1}{\eta})$$

$\frac{1}{\eta}$ -க்கான இச்சமன்பாட்டைத் தெளிவாக்கி,

$\frac{1}{\eta} = \frac{p-MR}{p} = \frac{p-MC}{p}$ நூலில் அறிவிக்கப்பட்டுள்ளதைப் போல் நாம் அடைகிறோம்.

7. பொருளாதாரப் பயனுறுதி

நமது விவாதத்தின் இன்னலுக்கு இப்போது வந்துள்ளோம். அஃதாவது, விலைகள், சந்தைகளின் சமூக வினை செயல்பற்றியதாகும். முன்னைய அதிகாரங்களில் அளிப்பு வளைகோடுகள், உற்பத்திச் செலவுகளின் நடத்தை நுகர்வோர் தேர்வுகளின் தர்க்கமுறை முதலியவற்றைப்பற்றிய பொருளாதார அமைப்பின் பல விவரங்களைப் பார்த்தோம். அவ் விவரங்கள், சந்தை வழிகாட்டியையும் தூண்டல்களையும் சார்ந்திருக்கும் ஒரு பொருளாதார இயக்கங்களைப் புரிந்துகொள்ள அவசியமாகிறது. ஆனால், ஒரு பரந்த நோக்கு நிலையை எடுத்துக் கொள்ள வேண்டிய நேரம் வந்துள்ளது. சமூகத்திற்குக் கொடுக்கக் கூடிய இப் பொருளாதார முடிவுகளையும் நடத்தைகளையும் பார்க்கவும். எப்படிப் பொருளாதாரச் செயற்பாடு மதிப்பிடப்படுகிறது என்பதைக் கவனிக்கவும், இறுதியாக விலைகளையும் சந்தைகளையும் அதன் பெரும்பாலான முடிவுகளைச் சார்ந்திருக்கும் ஒரு முறையின் செயற்பாட்டை மதிப்பிடவும் எடுத்துக்கொள்ளவேண்டும். இவ் வதிகாரம், அடுத்த அதிகாரம் ஆகியவற்றின் பணிகள் இவைதாம்.

சமூக முடிவுகளின் சில நோக்குகள்

இந்த அதிகாரத்தில் பொருளாதாரம் நாட்டின் சமூக முடிவை உண்டாக்கும் கருவியின் பாகம் என்று கருதி, அஃது எப்படிச் செயல்படவேண்டுமென்பதில் நமது பெரும்பாலான கவனத்தைச் செலுத்துவோம். சமூக முடிவுகளில் ஒரு பெரும்பாலான எண்ணிக்கை பொருளாதாரமுறை இயங்குவதன்மூலம் உண்டாக்கப்படுகிறது. எவ்வளவு மனிதர்கள் பயன்படுத்தப்படுகிறார்கள்; என்ன கூலியில், எவ்வளவு மில்லியன் டன்கள் எஃகு உற்பத்தி செய்யப்படும்; சொக்காய் எவ்வளவு நீளம் இருக்க வேண்டுமென்பதும்கூட மிகவும் முக்கியமான முடிவுகளாக இருக்கின்றன. அதே நேரத்தில் எத்தனை முக்கியமான முடிவுகள் பொருளாதாரமுறை முதலிய மற்ற வழிகளில் உண்டாக்கப்

படுகின்றன. பொருளாதார முறையின் இயற்கையினுள் நமது பார்வையைச் செலுத்திப் பின்வரும் வினுக்களைக் கேட்டால், நமக்குப் பெரும் பயன் கிட்டும். ஏன் முடிவு எடுக்கும் இரண்டு இணையான முறைகளைப் பெற்றிருக்கவேண்டும்? ஒவ்வொன்றும் எடுக்கும் முடிவின் வகையை எது தீர்மானிக்கிறது? பொருளாதார முறையின் அரைகுறை, தானே இயங்கும் வழியின்மூலம் ஏன் எல்லாவற்றையும் முடிவு செய்யக்கூடாது (அது மிகவும் உயர்ந்த தடையில்லா வாணிபக் கொள்கையைச் செயற்படுத்தலாக இருக்கும்). மாருக அரசியல் அரசாங்கக் கருவியின்மூலம் முடிவு எடுக்கலாம் (அது மத்தியமாக்கப் பட்ட திட்டத்தின் ஓர் உச்ச எல்லையாகும்).

ஒரு பொதுத் தீமையை அவர்கள் பங்கிடுகிருர்கள் என்பதைக் கவனிப்பதன்மூலம் இரு முறைகளின் வாழ்வின் ஒரு பகுதி விளக்கம் என்று பார்க்கலாம். பொருளாதாரமுறை, அரசியல்முறை ஆகிய இரண்டும் மற்றவர்கள் நம்பாத மக்களின் கையில் பெருவாரியான சக்தி கொடுக்கப்பட்டுள்ளது. வணிகர்களின் குறுகிய நோக்கத்தையும் அவர்களின் பேராசையையும், அவர்கள் பல முக்கியமான முடிவு களைப் பொருளாதாரத்தில் உண்டாக்குகிருர்கள் என்றும் போதிய அளவு கேள்விப்பட்டோம். அவர்கள் லாப நோக்கத்தில் இருக் கிருர்கள். இந்த நோக்கிலிருந்து உருவாகும் முடிவு எடுப்பின் தத்து வங்களையும் கற்றபின்னர், எப்படி அம்முடிவுகளைப் பொது நன்மைக்குச் செய்யப்படுகின்றன என்பதையும் பார்ப்பது எளிதன்று. அதைப்பற்றி இனிப் பார்பபோம்.

மாருக, அரசியல் வாதிகளைப்பற்றிய அவநம்பிக்கையும் அரசாங்க அதிகாரத்தில் பயமும் அமெரிக்க மரபுகளைப் பாதிக்கிறது. அரசியல் சட்டம், அதன், அரசாங்கம் மூன்று சமமான கிளைகளுடன் அதன் மூன்று அரைகுறை சுயேச்சையான அரசாங்க அளவுகளுடனும் அரசியல் வாதிகளைப்பற்றியும் அரசாங்க அதிகாரங்களைப்பற்றியும் சந்தேகப்படுத்தும் நினைவுச் சின்னமாக இருக்கிறது.

இவ் வதிகாரங்களை இவ்விரண்டு முறைகளுக்கிடையில் பிரிப்பதால், ஒவ்வொருவரின் அதிகாரத்தைக் குறைக்கவும் மற்றவரைச் சமப்படுத் தவும் கட்டுப்படுத்தவும் உதவுகின்றன. இஃது ஒரு முக்கியமான நன்மையாகும். இரண்டு முறைகளுக்குமுள்ள சம அதிகாரத்திற்கு எப்போதாவது நெருக்கடி ஏற்படும்பொழுது, நமது உணர்ச்சி வெளிப் படுகிறது. ஆனல், ஒவ்வொரு முறைக்கும் என்ன வகையான முடிவு ஏற்படுத்துதல் கொடுக்கப்பட்டுள்ளது என்று விளக்க முடியாது. அவ் விளக்கத்தை அறிய சமூக முடிவுகளின் இயல்பு, அவற்றின் விளைவுகள் ஆகியவற்றைப்பற்றிப் பார்க்கவேண்டும்.

எந்த ஒரு முடிவும் இரண்டில் ஒன்றின் தேர்வாகும். சமூக முடிவுகள் மற்றவற்றிலிருந்து வேறுபடுத்தப்படவேண்டும். அவற்றின் விளைவுகளின் இயல்பின் அடிப்படையிலும் அவற்றை மதித்துப் பயன்படுத்தப்படும் தேர்வு முறைகளை தொழில் நுணுக்க முடிவுகள் என்று கூறுகிறோம். ஒரு தொழில் நுணுக்க முடிவு என்பது, அதன் மற்றவற்றின் குறிக்கோளை அடைவதற்கு எப்படிக் கணக்கிடப்படுகிறது என்பதாகும். எடுத்துக்காட்டாக, முடிந்த மட்டும் மலிவாக ஓர் ஆற்று அணையால் மறிக்கப்பட வேண்டுமானால், அதைப் பொறியியலாளரிடம் விட்டு விடவேண்டும். ஏனென்றால், கட்டும் செலவு குறைவாக இருக்கும் இடத்தைத் தேர்ந்தெடுப்பது ஒரு தொழில் நுணுக்க முடிவாகும். மாறாக ஒரு சமூக முடிவின் இரண்டின்மீதான ஒன்று, பல குறிக்கோள்களை அடைவதைப் பாதிக்கக்கூடியதாய் இருக்கும். ஆகையால், இரண்டில் ஒன்றின் தேர்வு அக்குறிக்கோள்களின் சம்பந்தமான முக்கியத்துவத்தைச் சார்ந்துள்ளது. எவ்வழி சிறந்ததென்று முடிவு செய்யக்கூடிய பொறியியல் சம்பந்தமான அல்லது தொழில் நுணுக்கம் சம்பந்தமான முடிவுகள் அவை அல்ல. எடுத்துக்காட்டாக, அணைக்கான மலிவான இடம், இயற்காட்சிகளை அழிக்கக்கூடியதாக இருந்தால், அப்படிப்பட்ட இயற்காட்சிகளை அழிக்கக் கூடியதாக இருந்தால் அப்படிப்பட்ட இயற் காட்சிகளைப் பாதுகாக்கும்பொருட்டு ஏற்படும் அதிகப்படியான செலவை எப்படி நியாயப்படுத்துவது என்ற தீர்ப்பை எடுக்கவேண்டும். அப்படிப்பட்ட ஒரு முக்கியமான தீர்ப்பைப் பொறியிலாளர்களிடம் விட்டுவிடவேண்டுமென்று நீங்கள் கூறலாம். அஃது எந்த நிலையிலும் புறம் சார்ந்ததாக உண்டாக்க முடியாது. மேலும் அதை மக்கள் ஏற்றுக்கொள்ளவும் மாட்டார்கள். விளக்க சம்பந்தமாக, ஒரு முடிவு பல சமூகக் குறிக்கோள்களின் எண்ணிக்கையைப் பாதிக்கும்பொழுது, அஃது ஒரு சமூக முடிவாகும் என்று கூறலாம். பலரைப் பாதிக்கும் ஒவ்வொரு முடிவும் ஒரு சமூக முடிவாகும். ஏனென்றால், தனி ஒருவரின் நலனும் ஒரு குறிப்பிடத்தக்க சமூக முடிவாகும். பொருளாதார முடிவுகள் சமூக முடிவ்களின் ஒரு உள் பிரிவாகும். அவை பொருளாதார நடவடிக்கையின் திசையைப்பற்றிக் கவலைப்படுகின்றன.

ஒரு சமூக முடிவை அடைவதில் இருக்கும் கடினத்தின் சிறப்புப் பலமாற்று வழிகளின் பரந்த விளைவுகளின் முக்கியத்தை அளவிடுவதில் அமைந்துள்ளது. எந்த மாறான ஒன்றும் தெளிவான முறையில் சிறந்ததாகாது. ஒரு வழியில் ஒன்று சிறந்ததாக இருக்கலாம். மற்றொரு நோக்கு நிலையில் மற்றொன்று சிறந்ததாக இருக்கலாம். அப்படிப்பட்ட சூழ்நிலைகளில் ஒரு தனி மனிதனும் அதைத் தீர்மானிக்க முடியாமல் இருக்கிறான். பல தனிமனிதர்கள் சம்பந்தப்படும்பொழுது துன்பங்கள்

பெருகுகின்றன. தனிமனிதர்களின் தேர்வுகளையும் தீர்மானங்களையும் இணைப்பதற்கும் சமூக முடிவுகளை அடைவதற்கும் அரசியல், பொருளாதார முறைகள் இரண்டும் சமூக வழிகளாகும்.

இறுதியில் ஒரு சமூக முடிவு எவ்வளவு பேர் பல மாற்று முறைகளின் பல நோக்கங்களைப்பற்றி உணர்கிறார்கள் என்பதைச் சார்ந்துள்ளது. பொதுவாகக் கூறினால், ஒரு தேர்வைப்பற்றிய பலமான உணர்ச்சி விவரிக்க முடியாத ஒரு மனித சுபாவம் ஆகும் என்பதாகும். ஆனால், ஒரு சூழ்நிலையில் அதைச் சுலபமாக விவரிக்கமுடியும். அது பொருளாதாரமுறை பயனுறுதியுள்ள இடத்தில் இருப்பதாகும்.

'வினவுகளின் தேர்வின் பலம்' என்பது, அவற்றில் 'இறுதிநிலை விகிதாச்சாரப் பதிலீடு' என்று தொழில் நுணுக்கமற்ற வகையில் கூறுவதாகும் என்பதைக் கவனி. இரண்டில் ஒன்றற்கான தேர்வைப்பற்றி நினைத்துப்பார். அதில் ஒன்று சில முறையில் சிறந்தது. இரண்டாவது மற்ற மொழிகளில் உயர்ந்ததாக இருக்கலாம். அத் தேர்வு அரசியல் முறையால் உண்டாக்கப்பட்டாலும் அடிப்படையில் பொருளாதார முறையாகும். மறுக்கப்பட்ட நன்மைகளுக்குப் பதிலாகத் தேர்வு செய்யப்பட்டவற்றின் நன்மைகளை வாங்கவேண்டும். இப்படியாக இறுதிநிலை விகிதாச்சாரப் பதிலீடு என்பது, மற்றவற்றிற்காக ஒரு தொகு நன்மைகளைப் பதிலீடு செய்ய மொத்தத்தில் எவ்வளவு பேர் விரும்புகிறார்கள் என்பதைப் பொறுத்துள்ளது என்பதாகும்.

பல நன்மைகளுக் கிடையிலுள்ள அவர்களின் இறுதிநிலை விகிதப் பதிலீட்டைத் தெரியப்படுத்த மக்களைத் தூண்டினால், சமூகத் தேர்வைப் பலமாகச் சிறப்பிக்கலாம். அதன்மூலமாக எடையில் ஏற்றுக் கொள்ளத் தக்கதாகத் தீர்மானிக்கப்படும் நன்மைகளை எந்த நன்றி அளிக்கிறதென்பது மிகவும் தெளிவாக உள்ளது. பலவற்றிற்கு இதைப் போல் செய்யலாம். வளப் பங்கீட்டுப் பிரச்சினை, பொருளாதாரமுறை முதலியவை இவ்விறுதிநிலை விகிதப் பதிலீடு அல்லது தேர்வுகளின் சமூக முறைகளாக இருக்கின்றன.

அதை விளக்குவோம். ஒரு சுலபமான சமூக முடிவு, மிருகத் தோல்களின் சமுதாய அளிப்பைப் பாத அணி செய்தல், தோல் பெட்டி செய்தல், பெண்களின் கைப்பைகள், இன்னும் மற்ற உபயோகங்களுக்கு எவ்வாறு பங்கிடுவது என்பதாகும். சுருக்கமாகக் கூறினால் அது சுலபம் எனலாம். ஏனென்றால், தனிமனிதர்கள் அவர்களுக்கு அப் பொருள்கள் எப்படி அவசரமாகத் தேவைப்படுகின்றன என்பதைக் கூறலாம். அவற்றுக்காக மக்கள் செலுத்த விரும்பும் தொடர்புள்ள விலைகள் இறுதிநிலை விகிதப் பதிலீட்டைத் தெரிவிக்

கிறது. அதோடு ஒரு பவுண்டு தோலின் ஒரு பயன் சமுதாயத்திற்கு மிகவும் பயனுள்ளதா அல்லது மற்றொன்றா[1] என்பதையும் கூறுகிறது. உண்மையில் ஒரு கூடுதலான, அல்லது இறுதிநிலை பவுண்டிற்கு அந்த பவுண்டு பாதஅணிக்குப் பயன்படுத்தப்பட்டாலும் தோல்பைகளுக்கு அல்லது மற்றவற்றுக்குப் பயன்படுத்தப்பட்டாலும் மக்கள் தொகையைச் செலுத்த விரும்பும்பொழுது தோல் அளிப்பின் பகுப்புச் சமூக முறைப்படி மிகவும் விரும்பத்தக்கதாக இருக்கும்.

அதற்கு மாறாக, தோல்பதனிடும் கிடங்குகள் தண்ணீரை அசுத்தப் படுத்தும் மிக முக்கியமான மூலமாக இருக்கின்றன. ஒவ்வொரு தோலைப் பதனிடுவதற்கும் ஒரு பதனிடும் கிடங்கு சுமார் இரண்டு டன் அளவுள்ள மிகவும் அசுத்தத் தண்ணீரை வெளிப்படுத்துகிறது. இவ்வுண்மை அதைவிட உயர்ந்த கடினமான சமூக முடிவை ஏற்படுத்துகிறது. ஒரு சமுதாயத்தில் மிகவும் அதிகமான அளவு தோல் உற்பத்தி செய்யப்பட்டால், அருகிலுள்ள ஒவ்வொருவரும் அதிக அசுத்தத்தில் வாழவேண்டிவரும். அல்லது ஒவ்வொருவரும் அதை நீக்குவதற்கு அதிகமான வரி கொடுக்க வேண்டும், அவர்கள் தோல் பொருளை உபயோகித்தாலும் சரி இல்லாவிட்டாலும்[2] சரி சாதாரண மனிதன் எவ்வளவு அசுத்தத்தைத் தோல் பதனிடுவது உண்டாக்குகிற[3]தென்பதை அறிந்திருக்கவில்லை, ஒரு வேளை தெரிந்திருந்தாலும்

[1] வறுமையான குழந்தைகளுக்கு ஐந்து ஜதைப் பாத அணிகள், ஒரு கார்பரேஷன் வழக்கறிஞருக்கான ஒரு கூடுதலான தோல்பையைக் காட்டிலும் சமுதாயம் சார்ந்த மிகவும் முக்கியமானதாக அவற்றின் செலவு அதுவேயாக இருந்தாலும் இருக்கும். அதுதான் சமூக விளைவுகளின் சட்டப்பூர்வமான உள் நோக்கி மதிப்பீடாகும். இரண்டாம் நோக்கில், குழந்தைகளின் பாத அணியும் வழக்கறிஞரின் தோல்பையும் தோல் பங்கீட்டின் விளைவுகல்ல. ஆனால், அது வேறு என்பதைக் கவனிக்கலாம். அதுதான் வருமானப்பங்கீடு. சமூக ஆணையால் தோல்பைக்குப் பதிலாகக் குழந்தைகளின் பாத அணிக்குத் தோல் மாற்றப் படலாம். பாதஅணிகளின் விலையைக் குறைத்து வறுமையான தாய்மார்களை அதிகமாக வாங்கச் செய்வது அதன் விளைவாக இருக்கும். ஆனால், அவர்கள் அத்தியாவசியம் எனப்படும் சில பொருள்களைக் குறைவாக வாங்குவார்கள். நாம் பார்க்கும் ஆய்விலிருந்து தோலை மறுபங்கீடு செய்வதால் சமூக நிலைமைகளை செய்யமுடியாது என்பதை அறியலாம்.

ஒரு சமூகம் அதன் குழந்தைகளுக்குத் தாராளமாகவும் வழக்கறிஞர்களுக்குக் குறைவாகவும் கொடுக்க விரும்பினால், வருவாயை மாற்றுவதன்மூலமாகும். தோல்மூலம் அன்று. அதைச் செய்யவேண்டும். தோலின் சமூக விருப்பப் பயன் என்பது, அதன் எல்லா உருவத்திலும் ஒரு பவுண்டு தோலுக்கு அதே தொகையை மக்கள் செலுத்தவிரும்புவதாகும். அது நூலில் குறிப்பிட்டது போலாகும்.

[2] தோல் கிடங்குகளின் கழிவு நீரை அப்புறப்படுத்தும் செலவுகளுக்காகத் தோல் கிடங்குகளிடம் வசூலிக்க வேண்டுமென்று நினைக்கிறார்கள். அது தகுந்ததென்று அதைச் செயல் படுத்தப்படுகிறது. நூலில் விவாதிக்கப்பட்டதான முடிவைப் பொருளாதார முறைக்கு மாற்றுவதன்மூலம் அது விளக்கச் செய்தியை அப்புறப்படுத்துகிறது.

[3] வேறுபடுத்தும் வகையில், எவ்வளவு தோலும் மற்ற வளங்களும் ஒரு குறிப்பிட்ட தோல் பொருளுக்குத் தேவைப்படுகின்றனவென்பதை அவன் அறிந்துள்ளான். விலைகள் அதைச் சொல்லுகின்றன.

சுத்தமான தண்ணீருக்கும்[1] பதனீட்டுப் பொருள்களுக்குமான அவனது தேர்வின் பலத்தை விளக்கும் ஒரு தகுந்தவழி அவனுக்குக் கிடையாது. இது சமூக முடிவை மிகவும் பெரிதாகச் சிக்கலாக்குகிறது. தோல் பங்கீடு எடுத்துக்காட்டில், சமூகம் அதன் அங்கத்தினர்களின் தெளிவாக விவரிக்கப்பட்ட தேர்வுகளுக்குச் செயலாற்ற வேண்டியிருக்கிறது. தோலுக்கும் அசுத்த நிலைமைக்கும் இடையில் அது தேர்வைத் தீர்மானிக்கவேண்டும், மேலும் அவற்றிற்குப் பதிலளிக்கவேண்டும். இது மிகவும் கடினமான[2] தொன்று,

விவரிக்கப்பட்ட இரு சமூக முடிவுகளும், ஒரு முறையில் தனியார்ப் பொருள்களைப்பற்றிக் கருதுகிறதென்றும் மற்றொரு முறையில் பொதுப் பொருள்களைப்பற்றிக் கருதுகிறதென்றும் கூறலாம். தனியார்ப் பொருள்களைப்பற்றிய ஒரு முடிவின் தனிச் சிறப்புடைய சொத்து என்னவென்றால், ஒவ்வொருவரின் மேலான அதன் தாக்கலைத் தனித் தனியாக முடிவு செய்வதாகும் (எடுத்துக்காட்டாக, ஒவ்வொரு தனி நபரும் அவருக்கு எவ்வளவு வாங்கவேண்டும் என்பதைத் தேர்ந்தெடுக்கிறார்). ஆகையால் தனியார் அளிக்கப்படும் பொருள்களோடு ஒப்பிடும் போது ஒரு வகையான பொருளை வாங்க எவ்வளவு ஆவலாக இருக்கிறார் என்பதை வெளிப்படுத்தச் செய்யலாம். தெளிவாக, இப்படிப் பட்ட சமூக முடிவு, கிடைக்கும் செய்தியின் நன்மையை எடுத்துக் கொள்ளும் சமூக ஏற்பாடுகளிலிருந்து நன்மையடையும். பொருளாதார முறை, அடிப்படையாக, அவ் வேற்பாடுகளின் பின்னலாகும்.

பொதுப் பொருள்கள் அல்லது புறக் கூறுகளைப்பற்றிய தீர்மானங்கள், நாம் எல்லாம் வேண்டா விருப்புடன் பகிர்ந்து கொள்ளும் அல்லது மிகத் துன்பத்துடன் தவிர்க்கும் விளைவுகளைப் பெற்றிருக்கிறது, அது நாம் எல்லாரும் அதே ஆற்றுடன் வசிக்கவேண்டும் அல்லது அதை விட்டுத் தூரத்திற்குச் செல்ல வேண்டுமென்பதைப் போலாகும். ஓர் உண்மையான சந்தர்ப்பத்தில் இரண்டில் ஒன்றுடன் தனிப்பட்டவர்கள் எதிர்நோக்கும் வழியே கிடையாது. அப்படியாக அவர்களின் தேர்வுகள் குறிப்பாக எடுத்துக்காட்டத் தூண்டப்படும்.

அரசியல் முறைக்கு அல்லது பொருளாதார முறைக்கு அதற்கேற்றாற்போல், செலுத்தப்படும் சமூக முடிவுகளின் வழிகள் அங்கு

1 நிச்சயமாக, அசுத்தத்தை எதிர்க்கும் ஓர் ஆர்பாட்ட நிகழ்ச்சியில் அவன் கலந்து கொள்ளலாம். அல்லது திறமையற்ற தோல பொருள்கள அளிப்பதற்கு எதிர்ப்புத் தெரிவிக்கலாம. இஃது அரசியல் முறையின் நடவடிக்கை, ஆனால் அபபடிப்பட்ட நடவடிககை தீர்மானமெடுக்கத் தேவையான செய்தியைத் தெரிவிக்காது அஃதாவது மொத்தத்தில் எவ்வளவுபேர் சுத்தமான தண்ணீருக்காக எவவளவு தோலைப் புறககணிப்பார்கள என்பதாகும்,

2 இடையில் வைப்பதற்குரிய அடிக்குறிப்பின் பருமன், இந்தப் பாகத்தில், வருந்தத்தக்கது. அது விவாதத்திலுள்ள செயலின் சிககலைப் பிரதிபலிக்கிறது.

இருக்கின்றன. தனியார்ப் பொருள்களைப்பற்றிய முடிவுகள், அதற்கான தனிப்பட்டவர்களின் தேர்வுகள் பொருளாதார மூலமாகத் தீர்மானிக்கப் படுகின்றன. பொதுப் பொருள்களைப்பற்றிய முடிவுகள், (போர், நீதி, கல்வி முதலிய முக்கியமான) அரசியல்[1] சார்பாக உண்டாக்கப்படு கின்றன. சிறந்த செய்திகள் பொருளாதாரத் துறைக்குக் கிடைப்பதால், அங்கு எடுக்கும் முடிவுகள் அரசியல் முடிவுகளைக் காட்டிலும் உணர்ச்சி வசமாகவும் மறு செயல் ஆற்றுவனவாகவும் இருக்கும். அதற்குச் சில சமயங்களில் முடிவுகள் மாற்றப்படுகின்றன. எடுத்துக்காட்டாக, அவர்களுக்காக உற்பத்தி செய்யப்படுவதால் ஏற்படும் அசுத்தத்திற்கு அப் பொருள்களைப் பயன்படுத்துபவர்களிடம் வசூலிக்கப்பட்டால், அரசாங்க, ஆணையால் உண்டாக்கப்படுவதைக் காட்டிலும், எவ்வளவு தோல் பொருள்கள் உற்பத்தி செய்யப்படவேண்டுமென்பதைப் புத்தி சாலித்தனமாக அம் முடிவு எடுக்கப்படும்? பொருளாதாரமுறை அதன் முடிவுகளை எப்படி அடைகிறது என்பதைப்பற்றிய அனுபவத்தை ஒன்றுபடுத்துவதே நமது கவலையாகும். அம் முடிவுகளின் தரத்தைத் தீர்மானிக்கும் குறி அளவை முதலில் தெளிவாக்கவேண்டும்.

பொருளாதாரச் செயற்பாட்டிற்கான சில சோதனைகள்

கடந்த பகுதியில், ஒரு பவுண்டுத்தோலுக்கு அதே தொகையை நுகர்வோர்கள் செலுத்த விரும்புவதால், எந்தப் பொருளைப் பயன் படுத்தினாலும், ஒரு பொருளாதாரம் அதன் தோல் அளிப்பைப் பிரித்தளிப்பது மிகவும் நன்மையுள்ளதாக இருக்குமென்று கூறினோம். எச் சோதனையால் இது நன்மையுள்ளதாக இருக்கும் என்ற அந்தக் குறிப்பிட்ட பங்கீடு, அச் சோதனையை நிறைவு செய்கிறது? நாம் மேலும் பார்க்கவேண்டிய வினா இதுதான்.

பொருளாதார நடவடிக்கையின் முக்கிய நோக்கம், நுகர்வோர்கள் விரும்பும் பொருள்களையும் பணிகளையும் அளிப்பதாகும் என்பதே நமது ஆரம்ப நிலையாகும். தொழில் நுணுக்கம், நிர்வாக அல்லது சமூக நோக்கு நிலையிலிருந்து பார்த்தால், இஃது ஒரு சுலபமான நோக்க மன்று. ஒரு நுகர்வோரைவிட மற்றொருவர் அதிகமாகத் திருப்தி யடைவது அடிக்கடி நேரிடுகிறது, ஆக, சென்ற பகுதியில் குறிப்பிட்ட விருப்பங்களின் சச்சரவு எழுகிறது. அதைப்பற்றி மறுபடியும் விவாதிப்போம். ஆனால், ஒருவரின் திருப்தியைக் குறைக்காமல் சில நுகர்வோரின் திருப்தியை அதிகப்படுத்தமுடியும். அதுதான் சமூகப் பயன் எனப்படும். ஒரு பொருளாதாரத்தின் செயற்பாட்டிற்கான

1 இரு துறைகளுக்குமுள்ள வருமானப் பங்கீட்டைப்பற்றிய தீர்மானங்களைப் பகிர்வது நூதன முறையாக இருக்கிறது: அதைப்பற்றிப் பார்ப்போம்.

நமது முதல் சோதனை நேர்மையான பொருளில் மிகவும் திறமை யானதாக இருக்கவேண்டும். அஃதாவது, அதை மற்றவர்களுக்குப் பாதகமில்லாமல் செய்யும்பொழுது எந்த ஒரு நுகர்வோரின் திருப்தியை அதிகரிக்கும் சந்தர்ப்பத்தை இழக்கக்கூடாதென்பதாகும். இதன் முக்கியத்துவத்தை முதலில் கவனித்த வில்பெரெடோ பெரெட்டோ (Vilfredo Pareto) என்பவரின் பெயரால் பெரெட்டோ சோதனை என்று தெரியப்படுகிறது.

பெரெட்டோ சோதனையை (Pareto criterion) திருப்தி செய்வது எளிதன்று. எந்தப் பொருளாதாரமும் அதை நிறைவு படுத்த முடியாது. நுகர்வோர்கள் எண்ணற்றவர்களாகவும் பரந்தும் உள்ளார்கள்; காரணங்கள் விளைவுகளிலிருந்து புறக்கோடியிலிருக்கின்றன. தோல் களைப் பங்கிடும் மனிதர்கள் பொருள்களைப் பயன்படுத்தும் தாய்மார் களையும் வழக்கறிஞர்களையும் தெரிந்திருக்கவேண்டிய அவசியமில்லை. அப்படியிருந்தும் பொருளாதாரம் திறமையானதாக இருக்கவேண்டு மானால், சில மாற்று உபயோகங்களால் ஒரு நுகர்வோர் அதிகமாகவும் எவரும் மிகவும் குறைவாக இன்பம் அடையாதவாறும் அவர்களின் தீர்மானங்களை உருவாக்கவேண்டும். இதைத் தெளிவாகச் செய்ய, இங்கும் அங்கும் செய்தியைத் தெரிவிப்பதற்கு விரிவான முன்னேற் பாடுகள் உண்டாக்கப்படவேண்டும். மேலும் விரிந்த அடிப்படைச் சோதனையைப் போதுமான அளவு குறிப்பிடவேண்டும். ஏனென்றால், குறிப்பிட்ட முடிவுகளை உண்டாக்க அதைச் செயல்படுத்தவேண்டும். இவைதாம் ஒரு பொருளாதாரமுறையின் மிக முக்கியமான பணி களில் சிலவாகும்.

இப் பணிகளைப் புரிந்துகொள்ள சோதனையை நான்கு குறிப்பான உள்பொருள்களாகப் பிரிப்பது பயனுள்ளதாய் இருக்கும். அவை பங்கீட்டில் திறமை, ஆக்கத்தில் திறமை, நுகர்வோர் இறைமை, சேர்ந்து திரளும் இயல்புடைய திறமை ஆகியனவாகும். இவை, அடுத்த சில பத்திகளில் விளக்கப்பட்டு அதிகாரத்தின் பாக்கியுள்ள பகுதியில் ஆராயப்படும்.

பங்கீட்டுத்திறமை (Efficiency in Distribution) விரும்பப்படும் நுகர்வோர்களுக்குப் பொருளாதாரத்தில் உற்பத்தி செய்யப்பட்ட பொருள்கள் பிரித்தளிக்கப்படும்பொழுது அடையப்படுகின்றன, காபியை விரும்பும் திருமதி ஜோன்ஸ், தேயிலையைப் பெற்றாலும் தேயிலையை விரும்பும் திருமதி ஓ' கிராடி, காபியைப் பெற்றாலும் பொருளாதாரம் இந்த நோக்கைப் பொறுத்தவரையில் சிறப்பாகச் செயல்படுகிறதென்று கூற முடியாது. தனிப்பட்ட தேர்வுக்கான நுகர்வோரின் நோக்கு நிலையில் எந்த ஒரு கட்டுப்பாடும் இம்

முறையான திறமையை நிச்சயமாகக் குறைக்கும். எடுத்துக்காட்டுகள் பல. போர்க்காலப் பங்கீட்டு முறையில் சர்க்கரை நீரிழிவு நோயாளர்களுக்கும், கல்லெண்ணெய் ஓட்டுநர் அல்லாதவர்களுக்கும் கொடுக்கப்பட்டு, ஒன்றுக்கு மற்றொன்றை மாற்ற அனுமதிக்கப்படவில்லை. நமது எதிர்ப்பு வறுமைத் திட்டத்தில், வெப்பத் துணிகளை அவசரமாக விரும்பினாலும், ஓர் ஏழ்மையான குடும்பம் உணவு முத்திரைகளைப் பெறலாம். அப்படிப்பட்ட ஒழுங்கற்ற தன்மைகளுக்குப் போதுமான காரணங்கள் இருக்கின்றன. ஆனால், அவை கிடைப்பதைப்போல் அப்படிப்பட்ட பொருள்களின் ஒரு திறமையான பங்கீட்டில் அவை சிறப்படைகின்றன,

ஆக்கத்திறமை (Efficiency in Production) என்பது, மற்ற எல்லா விருப்பமான பொருள்களின் உற்பத்தி நிலையில் கிடைக்கும் வளங்களும் தொழில் நுணுக்க அனுபவமும் அனுமதிக்கிறபடி விருப்பப் பொருள்களை எவ்வளவுக்கெவ்வளவு உற்பத்திசெய்ய முடியுமோ அவ்வளவு செய்யவேண்டுமென்பதாகும். எப்போதாவது ஏதாவது ஒரு பொருளின் உற்பத்தியைக் குறைக்காமல் சில பொருள்களின் உற்பத்தியை அதிகரிக்கத் தொழில் நுணுக்கத்தால் முடியும்போது, இம் முறையில் ஒரு தோல்வி ஏற்படுகிறது. கொடுக்கப்பட்ட விருப்ப உற்பத்தியின் அளவும் மற்ற வளங்களின் பயனும் இருக்க, தொழில் நுணுக்கத்தில் அவசியமற்ற ஒரு வளத்தை அதிகமாகப் பயன்படுத்தும் ஆக்க முறையைப் பொருளாதாரம் புறக்கணிக்கவேண்டுமென்பது குறிப்பிடத்தக்கது. மற்ற தெளிவற்ற சிக்கல்கள் இருக்கின்றன. அவற்றைப்பற்றிப் பின்னர்ப் பார்ப்போம்.

நுகர்வோர் இறைமை (Consumers' Sovereignty) என்பது, உற்பத்தி செய்யப்படும் பொருள்கள் நுகர்வோர்கள் விரும்புவனவாக இருக்கவேண்டுமென்பதாகும். ஹென்ரி போர்டு, அவற்றின் நுகர்வோர்கள் விரும்பும் வண்ணக்கார்களைப் பெறலாம். ஆனால், கருப்பு வண்ணம்மட்டும்தான் கொடுக்கப்படும் என்று கூறினால், அவர் நுகர்வோர் இறைமையின்[1] முன் மாதிரியை மீறுகிறார் என்பதாகும். பங்கீட்டுமுறையும் மையமான திட்டப் பொருளாதாரங்களும் இம் மாதிரியால் கெட்டதைச் செய்ய நேரிடும். அப்படிப்பட்ட ஏற்பாடுகளில் பொருளாதாரம் திட்டக்காரர்கள் உத்தரவிடும் பொருள்களை

[1] இஃது ஒரு சரியான உதாரணம் அன்று. மாடல் T யின் நாட்களில் கிடைத்த ஆக்கக கட்டுபாட்டுடனும், ஆக்க முறையுடனும் ஒரே மாதிரி வண்ணத்தை உற்பத்தி செய்வதைக் காட்டிலும் நுகர்வோரின் தேர்வு வண்ணத்திற்கேற்ப முயற்சி செய்வது செலவுள்ளதாக (பல வளங்களை வேண்டி நிற்கும்) இருந்திருக்கும். நுகர்வோர் விரும்புவதெல்லாம் பாட்டு வளங்களைப் பயன்படுத்தி நுகர்வோர் தேர்வுகளைப் பூர்த்து செய்யவேண்டும் என்பதாகும்.

உற்பத்தி செய்யும். ஆனால் அதே வளத்துடன் உற்பத்தி செய்யப்பட்டிருக்கும் மற்ற பொருள்களின் தொகுதியை நுகர்வோர்கள் விரும்ப நேரிடலாம். நுகர்வோர்கள் விரும்பியவற்றை உற்பத்தி செய்திருக்க திட்டமிடுபவர்கள் அதை அறியச் சிறந்த வழியைத் தெரிந்திருக்கவில்லை.

சேர்ந்து திரளும் இயல்புடைய திறமை (Aggregative efficiency): பொருளாதாரத்திற்குக் கிடைக்கும் எல்லா வளங்களும் பயன்படுத்தப்பட வேண்டும் என்று குறிப்பிடுகிறது. இந்த முறைப்படி மனித வேலையின்மையும் இயந்திர வேலையில்லா நிலைமையும் ஒரு தோல்வியாகும். உபயோகப் படுத்தக்கூடிய வளங்களைப் பயன்படுத்தாமல் வைத்திருப்பது திறமையற்றதாக உபயோகப்படுத்துவதைவிட மிகவும் விரயமாகும்.

சுருக்கமாகக் கூறினால், ஒரு திறமையாக இயங்கும் பொருளாதாரத்திற்கான தேவைகள் இவைதாம். மேலே குறிப்பிட்ட வரிசைப்படி குறிப்பிட்ட பொருளாதார முடிவுகளுக்குள்ள சிக்கல்களை அறியும் பொருட்டுச் சிறிதளவு நெருக்கமாக நாம் அவற்றில் பார்க்கலாம்.

பங்கீட்டுத் திறமை

நுகர்வோர் மற்றொன்றை விரும்பும் பொழுது, அதுவும் கிடைக்கும் பொழுது, எந்த ஒருவரும் ஒரே ஒரு பொருளை எடுத்துக்கொள்ளக் கட்டாயப்படுத்தும் வகையில் ஒரு திறமையாக இருக்கும் பொருளாதாரம், அதன் பொருள்களை நுகர்வோர்களுக்குப் பகிர்ந்தளிக்க வேண்டும். மாறாகக் கூறினால், நுகர்வோர்களுக்குப் பொருள்களெல்லாம் பங்கிட்டபின்னர், எந்த ஒரு நுகர்வோரையும் துன்புறுத்தாமல், சிலரைச் சிறப்படையச் செய்யும்படியாக மறுபங்கீடு செய்யும் வழியில் பாக்கி இருக்கக்கூடாது.

பொருளாதாரத் திறமையின் இந்த நோக்குப் பழக்கமான கருத்தாகிய நுகர்வோரின் இறுதிநிலை விகிதப் பதிலீட்டைச் சுற்றி அமைந்துள்ளது. ஏதாவது இரண்டு பொருள்களை நினைத்துப் பொருளாதாரத்தில் இரண்டு நுகர்வோர் இருப்பதாகவும், அவர்களுக்கு வேறுபட்ட இறுதிநிலை விகிதப் பதிலீடு இருப்பதாகவும் நினைத்துக் கொள்ளுங்கள். அப்படியானால், எவரையும் பாதிக்காதபடி அவ்விரண்டு பொருள்களையும் மறுபங்கீடு செய்து இருவரையும் மேம்படச் செய்யலாம் அப்படியொரு சந்தர்ப்பம் நலத்தை விருத்தி செய்யக் கிடைக்கும்பொழுது, பொருள்களின் நடப்புப் பகிர்வு அவர்களுக்குத் திறமையுள்ளதாக இருக்காது.

இத் துணிவுரையின் பின்னுள்ள வாக்குவாதம் அதிகாரம் 5-ன் ஆய்வின் ஒரு தொடர்ச்சியாகும். பொருளாதாரத்தின் இரண்டு

அங்கத்தினர்கள், திருமதி ஓயிட்டும், திருமதி கிரேயும் ரொட்டி, சாராயம் ஆகிய இரு பொருள்களுக்கும் மாறுபட்ட இறுதிநிலை விகிதப் பதிலீட்டைப் பெற்றிருப்பதாக ஊகித்துக்கொள்வோம். குறிப்பாகக் கூறினால், திருமதி ஓயிட்டின் MRS (ரொட்டி, சாராயம்) 2 என்றும் திருமதி கிரேயினுடையது 3 என்றும் வைத்துக்கொள்வோம். அப்படியானால், திருமதி ஓயிட் இரண்டு துண்டு ரொட்டியை ஓர் அவுன்சு சாராயத்திற்குப் பதிலாக மாற்றினால், அவள் அதே சமநோக்குக் கோட்டில் இருப்பாள். அல்லது இரண்டு ரொட்டித் துண்டுகளுக்கு ஓர் அவுன்சு சாராயத்தை, திருமதி கிரேயின் $2\frac{1}{2}$ ரொட்டித் துண்டுகளுக்குப் பதிலாக மாற்றினால் ஓர் உயர்ந்த சமநோக்குக் கோட்டிற்குச் செல்வாள்.

திருமதி கிரேயும் அம் மாற்றத்தின்மூலம் பயனடைவாள். மூன்று ரொட்டித் துண்டுகளை ஓர் அவுன்சு சாராயத்திற்கு மாற்றினால், அவள் அதே சமநோக்குக் கோட்டில் இருப்பாள். $2\frac{1}{2}$ ரொட்டித் துண்டுகளுக்கு ஓர் அவுன்ஸ் பெற்றால் அவள் லாபமடைகிறாள். ஆகையால் நுகர்வோர்களுக்கு ரொட்டி, சாராயப் பங்கீடு, ஒரு திருமதி ஓயிட்டையும் ஒரு திருமதி கிரேயையும் விளக்கப்பட்ட அதே நிலையில் விட்டுவிட்டால் திறமையானதன்று. ஏனென்றால், அங்கு இன்னும் மனமொத்த நன்மை பயக்கும் சந்தர்ப்பம் இருக்கக்கூடும். அப்படிப்பட்ட ஒரு சந்தர்ப்பம், நாம் பார்த்ததைப்போன்று ஒரு ஜதைப் பொருள்களுக்கு வேறுபட்ட இறுதிநிலை விகிதப் பதிலீடு ஒரு ஜோடி நுகர்வோர்களுக்கு இருந்தால் இருக்கும். ஆகையால், எல்லா நுகர்வோர்களும் ஒவ்வொரு ஜோடி பொருள்களுக்கும் அதே இறுதிநிலை விகிதப் பதிலீட்டைப் பெற்றிருந்தால் ஒரு திறமையான பொருள் பங்கீடு நடைபெறும் என்று முடிக்கலாம்.

எல்லா நுகர்வோர்களும் அதே விலைகளில் தங்களின் பொருள்களை வாங்கினால், அவர்களின் இறுதிநிலை விகிதப்பதிலீடு தானகவே சமமடையும் என்பதைக் கவனி. ஏனென்றால், நுகர்ச்சிப் படிப்பில் ஒவ்வொரு ஜோடிப் பொருள்களின் இறுதிநிலை விகிதப் பதிலீடு அவற்றின் விகித விலைகளுக்குச் சமமாக இருக்கும்படியாகப் பல்வேறு பொருள்களின் அளவுகளை அவன் தேர்ந்தெடுக்கிறன் என்று நாம் பார்த்தோம். சுயேச்சைச் சந்தைகளில் நுகர்வோர் தேர்வின்மூலமான பொருள்களின் பங்கீடு இவ் வகையான திறமையைச் சாதிக்கிறது. மற்றொரு வழியில் அதைச் சாதிப்பது மிகவும் கடினம்.

ஆக்கத் திறமை

பொருளாதாரத்தின் முக்கியமான இரண்டாவது பணி உச்ச அளவு உற்பத்தியைச் செய்வதாகும். மற்ற பொருள்களை உற்பத்தி

செய்யப் பயன்படுத்தும் வளங்களையும் முயற்சிகளையும் மாற்றி ஒரே ஒரு பொருளை அதிகரிக்க முடியும். ஆனால், இச்சோதனையின் பொருள் அஃதன்று. அஃதாவது, எந்த ஒரு பொருளின் உற்பத்தியையும் குறைக்காமல் எந்த ஒரு பொருளையும் எவ்வளவுக்கெவ்வளவு உற்பத்தி செய்ய முடியுமோ அவ்வளவு உற்பத்தி செய்யவேண்டுமென்பதாகும். இஃது ஒரு சிக்கலான, மாறுன பொருளாதாரத்திற் சாதாரண சாதனை என்று கூறமுடியாது. ஆனால், இரண்டு பொருள்கள் மட்டும் இருந்து கிடைக்கும் வளங்களை வாங்கக் கோரும்பொழுது பிரச்சினை எழுகிறது.

அப் பிரச்சினையை அதன் வலிமையான அமைப்பில் பொருத்தி ஒரு தீவில் ராபின்சன் குரூசோ மட்டும் இருப்பதாகக் கற்பனை செய்வோம். ராபின்சன் குரூசோ போதனை முறையின் சாரக்கட்டின் ஒரு துண்டு மட்டும்தான் என்பதைப் புரிந்து கொள்வோம். எந்தச் சமூகத்திற்கும் அப் பெயர் ஒரு சட்டத் தொகுப்பேயாகும். அச் சமூகம் நன்ருக விளக்கப்பட்ட சீரான குறிக்கோள்களைக் கொண்ட மக்கள் தொகையைப் பெற்றிருந்தாலும் சரி (அப்படிப்பட்ட சமூகம் குருசோவிற்கு மட்டும்தான் உண்டு. ஆனால் ஒரு மனித சமூகத்திற்கு உண்டாக்கப்படும் பொருளாதாரத் தத்துவங்கள் ஓர் உண்மையான சமூகங்களுக்கு உண்டுபண்ணும் தத்துவங்களை ஏற்படுத்துவதற்கு ஒரு முதன்மையான அடித்தளமாகும். அதனால்தான் நாம் குரூசோவைப் பற்றிக் கற்கின்றோம்).

குரூசோவிற்குக் கொடுக்கும் பிரச்சினையைச் சுருக்கமாக விளக்கலாம். ரொட்டியையும் சாராயத்தையும் தவிர அவர் விரும்பும் எல்லாம் தீவில் ஏராளமாகக்கிடைக்கின்றன. அவற்றை விரும்பினால், அவற்றை அவர் உற்பத்தி செய்ய வேண்டும். அவர் அதையே செய்கிருர். ரொட்டியையும் சாராயத்தையும் உற்பத்தி செய்ய வேண்டுவதெல்லாம் நிலம்தான். அது 100 ஏக்கர் கிடைக்கிறது. அதையெல்லாம் ரொட்டிக்காகப் பயன்படுத்தலாம். ஆனால், சாராயம் அவருக்குக் கிடைக்காது. அல்லது இரண்டு பொருள்களுக்குமான அளவைத் தேர்ந்தெடுத்து ஒவ்வொன்றையும் அதற்காகப் பயன்படுத்தலாம் என்பது மிக அறிவுள்ள செயலாகும்.

இப்போது நமது நுகர்ச்சிப் படிப்பை நினைத்துப்பார். இப்போது கூறிய எல்லாம், அஃதாவது குரூசோ நிலத்தை இரண்டு பொருள்களுக்குப் பிரிப்பது, ஒரு நுகர்வோர் அவரது பட்டியலை இரண்டு பொருள்களுக்குப் பிரிக்கும் அதே நிலையைக் குறிக்கிறது. அதே தத்துவம் பொருந்தலாம். அதைச் சிறிது மாற்றிப் பின்னர்ப் பார்க்கலாம். சிறிது மாற்றம் அவசியம்; ஏனென்றல், குரூசோவும்

ஓர் உற்பத்தியாளர் ஆகையால், அதிகாரம் 3, 4ல் விவாதிக்கப்பட்ட ஆக்கத் தத்துவங்கள் அவருக்கும் பொருந்தவேண்டும்.

நுகர்வோர்களின் உற்பத்தியாளர்களின் முக்கியமான வேறுபாடு என்னவென்ருல், ஒரு நுகர்வோர் ஒரு கூடுதலான டாலரை ஒரு பொருளில் செலவிடும்பொழுது அவருக்கு ஒரு கூடுதலான டாலர் மதிப்புக்கிடைக்கிறது. ஆனுல், ஓர் உற்பத்தியாளர் ஒரு கூடுதலான டாலரை ஒரு காரணியில் செலவிடும்போது, அவருக்கு முன்னதை விடக் குறைவான உற்பத்தி அதிகரிப்புக் கிடைக்கிறது. ஏனென்ருல், குறைந்து செல் இறுதிநிலை உற்பத்தியால் குருசோவும் இப்படிப்பட்ட பிரச்சினையை எதிர்நோக்கலாம். ஆனுல், பழக்கமான அமைப்பில் அன்று. ஏனென்ருல், அவர் தீவில் இருப்பதால் டாலரையோ சென்டு களையோ பெற்றிருக்கவில்லை.

ஒருவகையில் டாலர்களுக்கும் சென்டுகளுக்கும் பின்னுல் உள்ள உண்மையான நிகழ்ச்சிக்கு வந்துள்ளோம். இப்போது தெளிவாகக் குருசோ ஓர் உற்பத்தியாளர் என்ற முறையில் அதைக் குறிப்பிட வேண்டியிருக்கிறது. இஃது அட்டவணை 7—1-ல் செய்யப்பட் டுள்ளது. அதில் குருசோவின் 100 ஏக்கர்களும் 6 வகையான நிலமாக பிரிக்கப்பட்டுள்ளன. அவற்றில் சில கோதுமை உற்பத்திக்குச் சிறந்தவை (Vஆம் VIIஆம் வகைகள்). சில குன்றுகளாக இருக் கின்றமையால் அவை சாராயத்திற்குச் சிறந்தவையாகக் (I ஆம் IIஆம் வகைகள்). காட்டப்பட்டுள்ளவற்றைப்போல் இடையில் மேடுகள் உள்ளன. இவைதாம் நாம் விரும்பும் விவரங்களாகும்.

இப்போது குருசோ எடுக்கவேண்டிய முடிவைப் பார்க்கலாம். முக்கியமாக அவை இரண்டாகும்.

1. ஒவ்வொரு பொருளையும் எவ்வளவு உற்பத்தி செய்ய வேண்டுமென்பதை அவர் தீர்மானிக்கவேண்டும். ஆனுல், அதைச் சூனியத்தில் செய்ய முடியாது. ஒன்றை அதிகமாய் உற்பத்தி செய்தால் மற்றென்றைக் குறைவாகப் பெறவேண்டுமென்பதை மனத்தில் வைத்துக்கொள்ளவேண்டும். இம் முடிவு கண்டிப் பாகப் பொருளாதாரத்தின் ஒன்ருகும். அஃது அவரது தேர்வு களைப் பொறுத்துள்ளது. அது நமது மூன்ருவது நோக்கான நுகர்வோர் இறைமையைத் தொடர்பு படுத்துகிறது.

2. எத் தொகுதி உற்பத்தியை அவன் தேர்ந்தெடுத்தாலும் எந்த நிலத்தை எந்தப் பொருளை உற்பத்தி செய்யவேண்டுமென்ப தைத் தீர்மானிக்கவேண்டும். நிச்சயமாக அஃது ஒரு தொழில்

நுணுக்கப் பிரச்சனையாகும். தேர்வுகளுக்கு அதில் தொடர்பு கிடையாது. பெருவாரியான[1] பொருள்களை அடையும் பொருட்டுப் பல்வேறு வகை நிலத்தில் பங்கீடு செய்வதைப் பொறுத்துள்ளது.

இவ்விரண்டு முடிவுகளும் நெருக்கமாகப் பின்னிக் கொண்டிருக்கின்றன. தொழில் நுணுக்கமுறை அறிவற்றதாக இருந்தால், நுகர்வோராகிய குருசோ தேவைப்படுவதைக் காட்டிலும் குறைவானதொரு உற்பத்தியுடன் திருப்திப்படவேண்டியிருக்கும். மேலும், நாம் பார்க்க இருப்பதைப்போல் தொழில் நுணுக்க முடிவின் ஆய்வு, பொருளாதார முடிவை உண்டாக்குவதில் பயனுள்ளதாக இருக்கும் கோதுமை, சாராயத்தின் இறுதிநிலைச் செலவைப்பற்றிய செய்தியை அளிக்கிறது. இத்தொழில் நுணுக்க முடிவுதான் நமது தற்சமயக் கவலையாகும்.

தொழில் நுணுக்க முடிவுகள்: ஆக்கச் சாத்திய எல்லை.

அட்டவணை 7—1-ல் குறிப்பிடப்பட்ட ஆக்கத்தின் தொழில் நுணுக்க நிலைமைகள் குருசோவிற்கான தேர்வின் அளவைத் தீர்மானிக்கின்றன. அந்த அளவிற்குள் அவன் இறுதியான பொருளாதார முடிவை எடுக்கவேண்டும். ஒரு கோடியில் அவனது நிலத்தை எல்லாம் கோதுமை உற்பத்திக்குப் பயன்படுத்தி 6வது காலத்தில் காட்டப்பட்டுள்ளதைப்போல், 1125 மூட்டைகள் உற்பத்தி செய்ய முடியும். இச் சாத்தியம் வலக்கைக் கோடியில் விடுபட்ட வளை கோட்டைப்போல் வரைபடம் 7—1-ல் காட்டப்பட்டுள்ளது. குருசோ 100 காலன் சாராயம் விரும்புவதாக வைத்துக்கொள்ளுவோம். அப்போதுதான் அவரது முதல், மிகவும் நெருக்கடியான தொழில் நுணுக்க முடிவை எதிர்நோக்குகிறார். அஃதாவது எவ்வகையான நிலத்தைப் பயன்படுத்துவது என்பது ஏக்கருக்கு அதிகமான உற்பத்தியைக் கொடுக்கும் இரண்டாம் வகை நிலத்தைப் பயன்படுத்த முதலில் அவர் தூண்டப்படுவார்.

ஆனால், அது தவறானது. 100 காலன் சாராயம் உற்பத்தி செய்யத் தேவைப்படும் இரண்டாம்வகை நிலம் 2½ ஏக்கர், அது 15 மூட்டைக் கோதுமை உற்பத்திக்கும் ஏற்றதாக உள்ளது. ஆனால் வகை I நிலத்தில் 3½ ஏக்கர் 100 காலன் உற்பத்திக்குத் தேவைப்படும். அது 10 மூட்டை கோதுமைதான் உற்பத்தி செய்யும். அவர் இரண்டாம் வகையை விட்டு முதல் தரத்தைப் பயன்படுத்த வேண்டுமானால், 100 காலன் சாராயத்தைப் பெறும்பொருட்டுச் சில மூட்டைக் கோதுமையை விட்டுக்கொடுக்க வேண்டியிருக்கும்.

[1] இந்த வற்புறுத்தலுக்கான ஒரு முக்கியமான விதிவிலக்கைப் பின்னர் விவாதிப்போம்.

அட்டவணை 7—1

ராபின்சன் குருசோவின் ஆக்க சாத்தியங்கள்

		ஏக்கர் உற்பத்தி		உற்பத்தி விகிதம்	மூல உற்பத்தி	
நில வகை (1)	ஏக்கர்கள் (2)	கோதுமை (மூட்டைகள்) (3)	சாராயம் (காலன்கள்) (4)	கோதுமை சாராயம் (5)	கோதுமை (மூட்டை) (6)	சாராயம் (காலன்கள்) (7)
1	10	3	30	0.10	30	300
2	10	6	40	0.15	60	400
3	20	9	30	0.30	180	6
4	25	12	20	0.60	300	500
5	25	15	10	1.50	375	250
6	10	18	5	3.60	180	50
மொத்தம்	100				1,125	2,100

குறிப்பு: உலகத் தரத்தில் இஃது ஒரு மிகவும் சாதாரண நிலம். சாராய உற்பத்திக்கு லாயக்கற்றதாக இருக்கிறது.

இங்குச் செயல்படும் பொதுத் தத்துவம் என்னவென்ருல், ஒப்பீட்டு நன்மைக் கோட்பாடு எனப்படும் மிக முக்கியமான படர்ந்து பரவுகிற ஆக்கத் தத்துவப் பொருளாதாரமாகும். ஒரு கொடுக்கப்பட்ட பொருளை உற்பத்தி செய்வதற்குப் பயன்படுத்த எந்தக் காரணியை உபயோகப் படுத்தவேண்டும் என்ற முடிவை எடுப்பதில் அது செயல்படுகிறது. அஃது இந்தப் பொது அறிவான விதியைக் கொடுக்கிறது. அது விரும்பப்பட்ட பொருளுக்கான ஒன்றின் உற்பத்தியோடு ஒப்பிடும்போது மாற்று உபயோகத்தில் குறைவாக உற்பத்தியளிக்கும் காரணிகளை எப்போதும் பயன்படுத்து என்பதாகும்.

முதல் வகை, இரண்டாம்வகை நிலத்திற்கு வேண்டிய ஒப்பீட்டை ஏற்படுத்துவோம். கோதுமை உற்பத்திக்குப் பயன்படுத்தும்பொழுது முதல்வகை நிலத்தின் இறுதிநிலை உற்பத்தி[1] ஏக்கருக்கு 3 மூட்டை களாகவும் சாராயத்திற்குப் பயன்படுத்திஞல் ஏக்கருக்கு 30 காலன் களாகவும் இருக்கிறது. ஆக, கோதுமைக்கான அதன் இறுதிநிலை உற்பத்தி, சாராயத்திற்குப் பயன்படுத்தும்பொழுது அதன் இறுதிநிலை உற்பத்தியில் பத்தில் ஒன்ருகும் (அட்டவணையின் 5-ம் பத்தியைப் பார்). அதே ஒப்பீடு, இரண்டாம்வகை நிலத்திற்கு, அதன் சாராய உற்பத்தியில் கோதுமை உற்பத்தி ஏறக்குறைய ஏழில் ஒன்று என்று

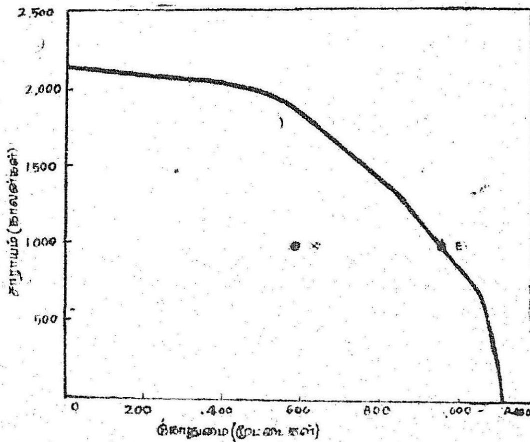
[1] அது நிகழ்வதைத்போல் சராசரி உற்பத்தியும் இருக்கும்.

தெரிகிறது. இரண்டாம்வகை நிலத்தைவிட முதல்வகை நிலம் குறைந்த உற்பத்தியையுடையது. அதை 100 காலன் சாராயம் உற்பத்திசெய்யப் பயன்படுத்தலாம். மற்றொரு தேர்வின் சாத்தியத்தை அடைவதைக் காட்டிலும் சாராயத்தை அடைய எவ்வளவு குறைவான கோதுமையை விட்டுக்கொடுக்கவேண்டும் என்பதே இம் முறையாகும்.

ஒப்பீட்டு நன்மை விதி என்பது, வாய்ப்புப் பெறுமானத் தத்துவத்தின் மற்றொரு விளக்கமாகும். அஃது, ஒரு காலன் சாராயத்தின் வாய்ப்புப் பெறுமானம், அதை உற்பத்திசெய்ய விட்டுக்கொடுக்க வேண்டிய கோதுமையின் அளவாகும். ஒப்பீட்டு நன்மைவிதி வாய்ப்புப் பெறுமானம் அல்லது கோதுமையின் தியாகம் முடிந்தவரை சிறிதாக இருக்கும் வகையில் சாராயத்தை உற்பத்தி செய்யவேண்டுமென்று கூறுகிறது. சாராய உற்பத்தி ஆரம்பமாகும்பொழுது, முதலாவது வகை நிலத்தில் ஆரம்பிக்கவேண்டுமென்று நிலைப்படுத்துகிறது. அதில் ஒரு காலன் சாராயம் உற்பத்தி செய்ய விட்டுக்கொடுக்க வேண்டிய கோதுமை மூட்டைகள் மிகவும் குறைவாக இருக்கும். முதல்வகை எல்லா நிலமும் சாராயம் உற்பத்திக்கு ஈடுபடுத்தப் படும்போது (அஃதாவது 300 காலன் சாராயத்திற்குமேல் விரும்பப்படும் பொழுது) அடுத்த உயர்ந்த ஒப்பீட்டு நன்மையைக் கோதுமைக்குப் பெற்றிருக்கும் இரண்டாம்வகை நிலத்தை உபயோகிக்கவேண்டும். அதேபோல், சாராயத்தில் ஒப்பீட்டு நன்மையினை முறையாக அட்டவணையில் அமைத்துள்ளதற்கேற்ப கீழ்நோக்கிச் செல்ல வேண்டும்.

இத் தத்துவத்திற்கேற்ப வரைபடம் 7—1 அமைக்கப்பட்டுள்ளது. முதல் 300 காலன் சாராயம் முதல்வகை நிலத்தில் உற்பத்தி செய்யப் படும்போது, அடுத்த 400 காலன்கள் இரண்டாம்வகை நிலத்திலும், அதைப்போல மற்ற வகையில் உற்பத்தி செய்யப்படும் கோதுமை, சாராய உற்பத்தித் தொகுப்பை அப் படம் காட்டுகிறது. அதற்கேற்ப ஒரு கொடுக்கப்பட்ட கோதுமை உற்பத்தியின் இணைப்பில் பெறப்படும் சாராயத்தின் மிகப் பெரிய உற்பத்தியை அது காட்டுகிறது. எதிரிடையாக ஒரு கொடுக்கப்பட்ட சாராயத்துடன் அதிக அளவுக் கோதுமையை அடைவதையும் காட்டுகிறது. சுருக்கமாக, அது தேர்வின் முழு உணவுப் பட்டியலைக் காட்டுகிறது. ஒப்பீட்டு நன்மைத் தத்துவம் மீறப்படுகிறது. அதன் பின்னர் என்ன என்று வைத்துக்கொள்வோம். 950 காலன் சாராயம் விரும்பப்படுவதாகவும் அவை இரட்டைப்படை எண் நிலத்தில் வளர்க்கப்படுவதாகவும் நினைத்துப் பார். அப்படியானால், 585 மூட்டைக் கோதுமை ஒற்றைப்படை எண் நிலத்தில் வளர்க்கப்படுகின்றன. அது படம் 7—1-ல் முனை X காட்டப் பட்டுள்ளதைப்போல் இருக்கும். அஃது ஒரு திறமையற்ற பங்கீடு

என்பதைத் தெளிவாகக் காட்டுகிறது. ஏனென்றால், சிறந்த ஒரு நிலப் பங்கீடுமூலம் 950 காலன் சாராயத்திற்கு இணையான 960 மூட்டைக் கோதுமையைப் பெறலாம் என்பதை முனை E காட்டுகிறது.



வரைபடம் 7—1

குருசோவின் உற்பத்தி சாத்திய எல்லை: கொடுக்கப்பட்ட மற்ற அளவுடன், இரண்டில் ஒன்றை அதிகமாய் அவன் பெறமுடியும் என்பதை மேடு பள்ளமான கோடு காட்டுகிறது.

படத்திலுள்ள (7—1) மேடு பள்ளமான கோடு ஆக்கச் சாத்திய எல்லை எனப்படும்.

ஆக்கச் சாத்திய எல்லை, பொருளாதாரத்தில் மற்ற எல்லாப் பொருள்களின் ஒரு குறிப்பிடப்பட்ட அளவிற்கு இணையாக உற்பத்தி செய்யக்கூடிய ஒரு பொருளின் பெரிய அளவைக் காட்டுகிறது.

ஆக்கச் சாத்திய எல்லை, ராபின்சன் குருசோவிற்கு மிகப் பெரிய முக்கியத்துவம் வாய்ந்தாகும். சாதாரணப் பட்டியல் கோடு நுகர்வோர் என்ன கொடுக்கக்கூடும் என்பதைப்போல் அஃது அவரால் என்ன கொடுக்க இயலும் என்பதைக் கூறுகிறது. அதே முறையில் ஓர் உண்மைப் பொருளாதாரத்தின் மிகச் சிக்கலான ஆக்கச் சாத்திய எல்லை, அப் பொருளாதாரத்தின் அங்கத்தினர்களுக்குப் பெரியதொரு முக்கியத்துவம் பெறுகிறது. அப் பொருளாதாரத்தின் அங்கத்தினர்களுக்குக் கொடுக்கப்பட்டுள்ள அணிகள் பொருள்களின் முழு வரிசையைக் குறிப்பிடுகிறது.

ஆக்கச் சாத்திய எல்லையின் இரு வடிவியல் சார்ந்த குணங்கள் கவனிக்கத் தக்கவையாகும். முதலில் நாம் வலமாக நகரும்போது, அது கீழ்நோக்கி வளைகிறது. தொழில் நுட்ப மொழியில், அது குழிவாக[1] இருக்கிறது. அஃது ஒப்பீட்டு நன்மைக் கோட்பாட்டின் நேர்முக விளைவாகும். இடப்புறக் கோடியில் தொடங்கி (கோதுமை உற்பத்தி செய்யப்படவில்லை), கோதுமைக்கு மாற்றப்படும் நிலம் கோதுமையில் ஓர் ஒப்பீட்டு நன்மையைப் பெற்றிருக்கும். அஃதாவது சாராய உற்பத்திக்கு உற்பத்தி செய்யப்படுகிற ஒவ்வொரு மூட்டைக் கோதுமைக்கும் ஒரு சிறிய குறைப்பை ஏற்படுத்தவேண்டும். இந்த எல்லா நிலங்களும் மாற்றப்படும்போது, சாராயத்தின் தியாகம் அதிகமாய் இருக்கும் நிலத்தைப் பயன்படுத்த வேண்டும். அது வளைகோட்டைச் செங்குத்தாக ஆக்கும். அதைப்போல் அது செல்லும்.

ஆக்கச் சாத்திய எல்லையின் இரண்டாவது கவனிக்கத்தக்க சொத்து, ஓர் உற்பத்தி முனையில் அதன் சாய்வு ஒரு தெரிந்த பொருளாதார அர்த்தத்தைப் பெற்றிருக்கும். ஓர் அதிகமான கோதுமை மூட்டையைப் பெறும்பொருட்டு விட்டுக் கொடுக்கவேண்டிய சாராயக் காலன்களின் எண்ணிக்கை அதுவாகும். இவ் விகிதச்சாரம் சாராயத்தைக் கோதுமையாக்கும் இறுதிநிலை விகிதந் தோற்றமாற்றம் எனப்படும்.

ஆக்கச் சாத்திய எல்லையின் ஒரு முனையில் சாராயத்தைக் கோதுமைக்கு மாற்றும் இறுதிநிலை விகிதத் தோற்றமாற்றம், குறிக்கப்பட்ட MRT (சாராயம்: கோதுமை) என்பது ஒரு கூடுதலான கோதுமை அலகை உற்பத்தி செய்யும்பொருட்டு விட்டுக்கொடுக்க வேண்டிய சாராய அலகுகளின் எண்ணிக்கைகளாகும்.

சாராயத்தைக் கோதுமையாக மாற்றுவதற்குச் சில தெய்வீக முயற்சி இருக்கிறதென்று அஃது அறிவுறுத்தினாலும், பெயர் மகிழ்ச்சிகரமான ஒன்றாக இருக்கிறது. அதைக் கிளறிய பின்னர், ஒரு

[1] படம் 7—1-ல் ஆக்கச் சாத்திய எல்லை ஆறு துண்டுக் கோடுகளால் ஆனது. ஏனென்றால், ஆறுவகை நிலமாக வேறுபடுத்தினோம். பலதரப்பட்ட நிலங்கள இருப்பதாகக் கற்பனை செய்துகொணடால், கோட்டுத் துண்டுகள் மிகவும் கணகற்றனவாகவும் குறுகியனவாகவும் இருந்திருக்கும். அப்படியானால் ஒரு சரியான கோட்டிலிருந்து எல்லையை வேறுபடுத்த முடியாமல் இருக்கும். பொதுவாகக் கீழ் நோக்கிச் செல்லும் ஒரு சமக் கோடாகத் தெரிந்தாலும அவ் வளைகோடு குழிவுக் கோடாக இருக்கும்.

உண்மைச் சிக்கனங்களில் ஆக்கச் சாத்திய எல்லைகள் நோான கோடுகளைப் போல் இருக்கின்றனவா அல்லது முறிந்த கோடுகளைப்போல் இருக்குமா என்பதைச் சொல்லுவதற்கான வழி கிடையாது. ஒரு குறிப்பிட்ட பிரச்சினைக்கு வசதியாக இருப்பதைச் சார்ந்துள்ள இரண்டு முறைகளையும் பொருளியல் அறிஞர்கள் பயன்படுத்துகிறார்கள். மிருதுவான எல்லைதான் மரபான முறை, அது ரிச்சார்டோவின் காலத்தது. ஆனால், முறிந்தகோடு இப்போது வழக்கில் இருக்கிறது. ஏனென்றால் இணைவான கணித இயல், கோடுகள் அடங்கிய செயல்முறைத் திட்டம் எனப்படுவது, வாணிப, பொருளாதாரச் செயற்பாட்டில் மிகவும் பயனுள்ளதாக நிரூபிக்கப்பட்டது.

பொருளாதாரத்தில் சாராயத்தைக் கோதுமையாக மாற்ற முடியும். ஆனால் அது திராட்சைச் செடியை நடுவதற்கு முன்னர், கோதுமை ஆக்கத்திற்குச் சாராய வளங்களை மாற்றி அமைப்பதன் மூலம் நடை பெறுகிறது.

குருசோவின் தீவில், ஆக்கத்திறமை அவன் ஆக்கச் சாத்திய எல்லையின் மேல் உள்ள முனையில் இருக்கும்படியாக சாகுபடி செய்ய வேண்டுமென்று கோருகிறது. குருசோ விவசாயியாக இருந்தால், அப்படியே செய்வார். அதற்கு மாருகச் செய்தால், நன்மைக்குப் பதிலாக ஒரு சில நுகர்ச்சியை விட்டுவிட வேண்டுமென்பதைக் குறிக்கும், ஓர் உண்மைப் பொருளாதாரத்தில் வளப் பங்கீட்டின் அடிப்படைப் பிரச்சினை அதேதான். ஆனால், செயல்படுத்தும் பிரச்சினை நினைக்க முடியாதபடி மிகவும் சிக்கலானதாக இருக்கும். குருசோவின் தீவுப் பொருளாதாரம் எளிய ஒன்று. அங்கு இரண்டு பொருள்கள் மட்டும், ஆறு ஆக்கக் காரணிகள் (ஆறு தரமான நிலம்) இருக்கின்றன. ஒவ்வொரு பொருளும் ஒரே ஒரு காரணியைக் கோரு கிறது. ஓர் உண்மைப் பொருளாதாரத்தில், மில்லியன் கணக்கான பொருள்களும் காரணிகளும் இருக்கின்றன. ஒவ்வொரு பொருளும் நூற்றுக்கணக்கான பல காரணிகளை வேண்டுகிறது, பொருளின் உற்பத்தி செயலுக்கேற்ப கணக்கற்ற வழிகளில் காரணிகளைப் பயன் படுத்தலாம்.

இருந்தாலும் சில அடிப்படை விதிகள் செயற்படும் ஓர் ஆக்கச் சாத்திய எல்லை இருக்கிறது. எல்லா மற்ற பொருள்களின் கொடுக்கப் பட்ட அளவுகளுக்கு இணையாகக் கிடைக்கும் வளங்களால் உற்பத்தி செய்யக்கூடிய ஒரு பொருளின் ஒரு குறிப்பான உச்ச அளவு இருக்கிறது என்பதாகும். அஃது என்ன என்று யாருக்கும் தெரியாது. ஆனால், அஃது இருக்கிறது. அப்படியானால் பொரு ளாதாரம் உற்பத்தி செய்யக்கூடிய பணிகளையும் பொருள்களின் உச்சத் தொகுப்புகளையும் ஏற்படுத்த முடியும். இவை ஆக்கச் சாத்திய ஏல்லையை உருவாக்குகின்றன. ஆக்கத் திறமை எல்லையில் அல்லது அருகில் உள்ள ஒரு தொகுதியை உற்பத்தி செய்யக் கோருகின்றன. மாருகச் செய்தால் எந்தக் காரணத்திற்கு மற்றும் சில பொருள்களில் குறைவாக உற்பத்தி செய்ய நேரிடுமோ அதே காரணத்திற்குக் குருசோவினுடையதைப்போல் எல்லை குழிவானதாக இருக்கும். ஒரு திறமையான பொருளாதாரத்தில் ஒரு பொருளை உற்பத்தி செய்யப் பயன் படுத்தப்படும் வளங்கள் மற்ற பொருள்களில் ஒரு சிறிய தியாகத்தை ஏற்படுத்துவனவாக இருக்கும். ஒரு பொருளின் உற்பத்தி அதிகரிக்கப்படும்பொழுது, குறைவாக எடுத்துக்கொள்ளப்பட்ட வளங் களை இழுத்துக்கொள்ள வேண்டியிருக்கும். இஃது ஆக்கச்சாத்திய

எல்லையின் குழிவை உண்டுப்பண்ணுகிறது. மேலும் 3ஆம் அதி காரத்தில் கற்ற செலவுக் கோடுகளின் உருவத்தையும் அது விளக்கு கிறது.

மேலும் ஒவ்வொரு ஜோடிப் பொருள்களுக்குமிடையில் ஓர் இறுதி நிலை விகித மாற்றம் இருக்கிறது. அவற்றில் ஒன்றன் உற்பத்தியை மற்றவற்றின் குறைப்பால் கிடைக்கும் வளங்களைப் பயன்படுத்தி அதிகரிக்கலாம். உறைந்த ஆப்பிள் துண்டுகளுக்கும் பக்குவப்படுத்தப் பட்ட பழரசத்திற்கும் இடையிலுள்ள ஓர் இறுதிநிலை விகிதமாற்றத் தைப் பார்ப்பது எளிது. அது பொதுவாக உண்மையாக இருக்கும். கம்பளி நூலைத் திருமண மோதிரமாக மாற்றமுடியுமா? முடியும். பின்னர் வருவதைப்போல் வளப் பங்கீடு இருக்கும். சில கம்பளி நெசவாளர்கள் ரயான் நெய்வதற்கு மாற்றப்படுவார்கள். ஆகையால், ரயான் தொழில் மருந்து கலப்பவருக்குப் பதிலீடு செய்து மருந்து கலப்பவர்களை அதிகப் பொன்னைச் சுத்தப்படுத்த மேற்பார்வை இடச் செய்யலாம். அதை விட அதிகப்படியான பதிலீடுகள் வேண்டப்படும். எப்படியிருந்தாலும் எல்லாப் பொருள்களும் ஒரு பொதுக்குவியல் வளங்களின்மேல் சேர லாம். அதன் பயனுகக் குறைக்கப்பட்ட பொருளின் உற்பத்தியைக் குறைப்பதால் வெளிப்படும் வளங்களைக் கிடைக்கும்படியாக இருக்கும். அதை மற்ரொரு பொருளை அதிகரிக்கச் செய்வதற்காக இருக்கும். ஆக்கச் சாத்திய எல்லை எல்லா மாற்றங்களுக்குமான சாத்தியங்களை விளக்குகிறது. இறுதி நிலை விகித மாற்றங்கள், மற்ற எல்லாப் பொருள் களின் உற்பத்தி மாருமல் இருக்கும்போது, ஒன்றின் அதிக்கரிப்பைப் பெறும்பொருட்டு மற்ரொரு பொருளில் எவ்வளவை விட்டுக்கொடுக்க வேண்டுமென்பதை அளவிடுகிறது.

அந்த அளவுக்கு ஓர் உண்மைப் பொருளாதாரம் என்பது குருசோவின் விரிவான முறையர்கும். ஆனால், விரிவாக்கம் அதன் துன்பங்களைக் கொண்டு வருகிறது. குருசோ செய்யவேண்டிய தெல்லாம் அதை அறிந்து அவனது ஆக்கச் சாத்திய எல்லையைக் கணித்து, நிலத்தின் பலதரப்பட்ட ஒப்பீட்டு நன்மைகளுக்குப் பணிவ தாகும். அப்படிப்பட்ட ஓர் எளிய கணிப்பு உண்மைப் பொருளா தாரத்தில் இருக்காது. எல்லா வளங்களின் பங்கீட்டினை எவரும் கட்டுப்படுத்த முடியாது. பங்கீடு, பதலீடு ஆகியவற்றின் எல்லாக் கிளைகளாகச் சாத்தியங்களின் விவரங்களும் எங்கும் நிலைத்திரா. அப்படியிருந்தும் குருசோவைப்போன்ற ஓர் உண்மைப் பொருளா தாரம் அதன் ஆக்கச் சாத்திய எல்லைக்கு அருகில் பொருள்களை உற்பத்தி செய்ய முயற்சி செய்யவேண்டும். அடுத்த அதிகாரத்தில், ஒரு சந்தை வழிப்படுத்தும் பொருளாதாரம் ஒரு ஜோடிப் பொருள்களின் தொடர்புள்ள விலைகள் அவற்றின் இறுதிநிலை விகிதமாற்றத்தின் ஒரு

நல்ல மதிப்பீடாகும் என்பதை பார்ப்போம். அஃதாவது ஒரு மோட்டார் வண்டியைச் செய்யவேண்டிய வளங்கள் சுமார் 5,000 பால்பாயின்ட் பேனாக்களை உற்பத்தி செய்யப் போதுமானதாக இருக்கும். அதே வளங்களின்மூலம் 10,000 பேனாக்களை உண்டு பண்ண ஒரு வழியைக் கண்டு பிடித்தால், அல்லது சமமதிப்பு வளங்களை, அதைச் செயல்படுத்த லாபகரமாக இருக்கும். மேலும் அது செயல்படுத்தப்படும். குறைந்த செலவில் உற்பத்திக்கான விருப்பம் அதன் ஆக்கச் சாத்திய எல்லைக்கு அருகில் இருக்கச் செய்கிறது. இஃது அடுத்த அதிகாரத்தில் எப்படி வேலை செய்கிறது என்பதைத் தெளிவாகப் பார்ப்போம்.

ஒரு சிக்கலான பொருளாதாரம் ஆக்கத் திறமையை அடைய இருக்கும் ஓரே வழி, விலைகளையும் சந்தைகளையும் பயன்படுத்துவது தானா? அஃதாவது உற்பத்திகளை அதன் ஆக்கச் சாத்திய எல்லைக்கு அருகில் உற்பத்தி செய்வதா? தத்துவப்படி அப்படியில்லை. பொருளாதாரத்தில் எல்லா ஆக்கச் செயற்பாடுகளையும் அடக்கியுள்ள பல விவரங்களைக் குவிப்பதை நினைக்கலாம். அதைப் போலவே எல்லா வளங்களின் கணக்கெடுப்பும். இவ் விவரங்களைக் கையில் வைத்து, மற்ற பொருள்களுக்கு இணையாக உற்பத்தி செய்யக்கூடிய உறைந்த ஆப்பில் துண்டுகளுடன் கணிப்பது ஒரு கணிதப் பிரச்சினையாக இருக்கும். அல்லது ஆக்கச் சாத்திய எல்லையின் ஏதாவதொரு முனையாக இருக்கும். உண்மையில் இக் கணிதப் பிரச்சினை, இனி முயற்சிக்கப்படும் கணிப்பு முறையைக் காட்டிலும் கடினமானதாக இருக்கும். ஆனால், தத்துவப்படி அது பெறத்தக்கது. இவ் விவரம் சுருக்கமாகவும், அக் கணிப்பு நிறைவேற்றப்பட்டால், ஓர் உண்மையான பொருளாதாரத்தால் அடையக் கூடியதைக் காட்டிலும் சந்தேகமற்று மிகவும் திறமையாக இருக்கும் ஓர் இயக்கத் திட்டமாகும் என்பதுதான் விளைபயன். ஏனென்றால் விலை-சந்தைமுறை மற்றும் எல்லாம் முழு நிறை[1]வைவிடக் குறைவாக இருக்கும்.

தத்துவப்படி நினைக்கக்கூடியதாக இருந்தாலும் இப்போது நடைமுறையில் அல்லது எதிர்காலத்தில் உற்பத்தித் திறமையை அடை

[1] ஒரு கணிதக் கருத்துரை ஒளி தரக்கூடியதாய் இருக்கும். நூலில் விளக்கப்பட்ட கணிப்புச் செயல்படுத்தப்பட்டால், உண்மை விலைகளைப் போன்ற அதே குறிப்பைப் பெற்றிருக்கும். போலியான விலைகளை அளிக்கும். எந்த இரண்டு பொருள்களுக்கும் போலியான விலைகளின் விகிதம் இவற்றுக்கிடையில் உள்ள இறுதிநிலை விகித மாற்றமாக இருக்கும. இப் போலியான விலைகள், உண்மை விலைகள் பயன் படுததப்படுவதைப்போல், திட்டத்தைச் செயல்படுத்த விளக்கமான முடிவுகளை வழிகாட்டப் பயனபடுத்தப்படலாம், விலைகள் ஒரு குறிப்பிட்ட சமூக அமைப்பின் விளைபயன் அன்று. ஆனால், தர்க்கத் திறமையில் அடங்கியுள்ளது என்பது தோன்றுகிறது. சில சமதர்மப் பொருளாதாரங்களில், பொருளாதார முடிவு எடுப்பில் வழிகாட்ட இக் கணிப்பின் ஒரு சிறிய அளவு முறையிலிருந்து கிடைக்கும போலி விலைகளைப் பயன்படுத்தும் முயற்சி இருக்கிறது.

வதற்கு, முடியாதபடி மிகவும் பெரியதாக இருக்கிறது. ஏனென்றால், அடைவதற்கு, தெரிவிப்பதற்கு, சேமிப்பதற்கு, ஜீரணப்படுத்துவதற்கு, மேலும் அவ் விரங்களையெல்லாம் கையாளுவதற்கு வேண்டிய வளங்கள் எல்லாம் மற்றவற்றிற்குக் கிடைக்கும் வளங்களிலிருந்து எடுக்கப் பட்டதாகும். குருசோவினுடையதைக் காட்டிலும் மிகவும் சிக்கலான எந்தப் பொருளாதாரமும் அப்படிப்பட்ட மையமாக்கப்பட்ட, இயந்திர மயமான தத்துவத்தின்மேல் எப்போதும் இயங்கியது கிடையாது. மிகவும் மையமாக்கப்பட்டமுறை ரஷ்யாவில்தான் முயற்சி செய்யப் பட்டது. அவர்கள் இரண்டாயிரம் அடிப்படைப் பொருள்களை மையமாகக் கட்டுப்படுத்துகிறார்கள். மேலும் ஒரு மெலிந்துபோன விலைமுறையின் வகையின் உதவியால் பரவலாக்கப்பட்ட முறையில் அவர்களின் தெளிவான முடிவுகளை உண்டாக்குகிறார்கள். ஆக்கத் திறமை மூலமும் குறைபாடுகள், வரிசைகள், பொருள்களைப்பற்றிய புகார்கள்-இவற்றைப்பற்றிய திறமையைக் குறிப்பாக அளக்க முடியா தென்றாலும் ஒத்திசைவுமுறை பெருவாரியாகச் செலவுபடுத்துகிறது. ஏனென்றால், எந்தக் கட்டுப்படுத்தப்பட்ட சோதனைகளையும் நடத்த முடியாது. அமெரிக்காவின் பொருளாதாரத்தில் மிகவும் விரயமாகும் தொழில்கள் ஒரு காரணத்திற்காக அல்லது மற்ற காரணத்திற்காக, விலைமுறை இயங்காதனவாகத் தோன்றுகின்றன. இப்போது வளங்களின் விரயத்தின் ஒரு முனைப்பான எடுத்துக்காட்டு மருத்துவக் கண்காணிப்புந் தொழிலாகும் குறிப்பாக மருத்துவ நிலையப் பணி களின் முன்னேற்பாடு செய்தலாகும்.

நடைமுறையில் ஆக்கத்தைப்பற்றிய பல முடிவுகள் அதே இடத்தில் எடுக்கப்படவேண்டும். அங்குத் தொழில் நுணுக்கச் செய்தியும் அனுபவமும் தங்கியிருக்கிறது. அம் முடிவுகளின் திறமை இறுதிநிலை விகித மாற்றங்களைப் பிரதிபலிக்கும் வழிகாட்டி விலைகளைப் பெற்றிருப்பதைப் பொறுத்துள்ளது. ஆக்கத் திறமைக்கான அஃதாவது ஆக்கச் சாத்திய எல்லைக்கு அருகிலுள்ள ஓர் உற்பத்திக்கான தேடு தலில் ஒரு நடைமுறைச் செயலாக இருப்பதுபோல் விலைகளின் முக்கியத்துவம் வற்புறுத்தப்படுவதால். ஒரு விலை சந்தைப் பொரு ளாதாரத்திலும்கூட அவை எப்போதும் சாத்தியமில்லை என்பதை ஞாபகத்தில் வைத்துக்கொள்ளவேண்டும். குறிப்பாக, நாம் ஏற் கெனவே பார்த்ததுபோல் வெளிப்புறமான நலங்களுக்கும், பொதுப் பொருள்கள், சுத்தமானகாற்று, நெருக்கமற்ற தெருக்கள், கற்ற அருகி லுள்ளவர்கள், ஜெட் வானஊர்திகளால் தொந்தரவற்றவை முதலிய வற்றிற்கும் விலைகள் கிடையா. இப் பொருள்களுக்கு விலைகள் இல்லா மையால் சந்தை வழிகாட்டப்பட்ட முடிவு எடுப்பதற்கும் அவற்றைப் பற்றிக் கருதுவதில்லை. அவை அரசியல் முடிவுகள்மூலம் கவனிக்கப் படவேண்டும்.

அப்படிப்பட்ட பிரச்சினைகள் ஒரு சிறப்பான சமூக அமைப்பின் ஒரு விளைவால் அன்று. குருசோ, உமியைப் பார்க்க விரும்பாதவராக இருக்கலாம். அல்லது கோதுமை நிலங்களுக்குப் பதிலாக திராட்சைத் தோட்டங்களைப் பார்க்க விரும்பக் கூடியவராக இருக்கலாம். அப்படியானால், நான்காவது வகை நிலங்களால் அவரது குடிசை சூழ்ந்திருக்க வேண்டுமானால், கோதுமை உற்பத்தியில் ஓர் ஒப்பீட்டு அனுகூலத்தை அது பெற்றிருக்கும், அதைப் பக்கத்து நிலத்தில் நட புத்திசாலியாக இருப்பார். அதனால் ஆக்கச் சாத்திய எல்லைக்குக் கீழ்த் தள்ளப்படுவார்.

அப்படிச் செய்யும் திறமை போலித்தோற்றமாகவும் உண்மையற்றதாகவும் இருக்கும். சூழ்நிலைச் சலுகைகளை அறிமுகப்படுத்துவதன் மூலம் உமியற்றகாற்று, காட்சி வசதிகளை அவரது பொருளாதாரக் கணிப்பில் இரண்டு புதிய பொருள்களைச் சேர்த்துள்ளோம். அவற்றுக்கும், முன்னர்ப் பார்த்த இரண்டு பொருள்களுக்கும் இறுதிநிலை விகித மாற்றம் உண்டு. முழுமையான ஆக்கத் திறமையை அடைய அவை கணக்கில் எடுத்துக்கொள்ளப்படவேண்டும். குருசோ வேண்டிய கணிப்பை ஏற்படுத்தும்போது, ஒரு விலைமுறைக்கு அப்படிச்செய்ய வழி கிடையாது என்பதுதான் சிக்கல். ஆக்கத் திறமைத் தத்துவம் இன்னும் நிலவுகிறது. ஆனால் வழக்கமான பொருளாதார ஏற்பாடுகளால் அவை செயல்படுத்தப்படா.

நுகர்வோர் இறைமை

நுகர்வோர்களின் விருப்பங்களுக்குப் பதிலளிக்கும் பொருளாதாரத்தில் நுகர்வோர் இறைமை இருக்கிறது. அஃதாவது நுகர்வோர்கள் விரும்பியிருக்கக்கூடிய சிலவற்றை உற்பத்தி செய்ய அவ் வளங்கள் பயன்படுத்தப்பட்டிருக்குமானால், அப் பொருளாதாரம் எந்தப் பொருளையும் உற்பத்தி செய்ய வளங்களை உபயோகித்திருக்காது என்பதாகும். இச் சின்னத்தைத்தான் முற்றுரிமைகள் மீறுகின்றன. நுகர்வோர்கள் மிகவும் விரும்பும் பொருள்களை உற்பத்தியாளர்கள் எப்படியாவது தெரிந்துகொள்ள வேண்டும், அதைப்போலவே நுகர்வோர்களும் ஆக்க நிலைமைகளைப் போதிய அளவு அறிந்திருக்கவேண்டும். அப்போதுதான் உண்மையான தேவைகளை அவர்கள் ஏற்படுத்த முடியும்.

உற்பத்தியாளரும் நுகர்வோரும் ஒரே ஆளாக இருக்கும் குருசோவின் தீவில் பிரச்சினை மிகவும் எளிதாக இருக்கும், அப்படியிருந்தும் அதன்மூலம் சிலவற்றை அறிந்துகொள்ளலாம். குருசோ அவரது ஆக்கச் சாத்திய எல்லையின் முனைகளை எப்படி அடைய முடியும் என்று ஏற்கெனவே பார்த்தோம். இப்போது எந்த முனையை அவர் தேர்ந்தெடுக்கவேண்டும் என்பதைக் கேட்கவேண்டும

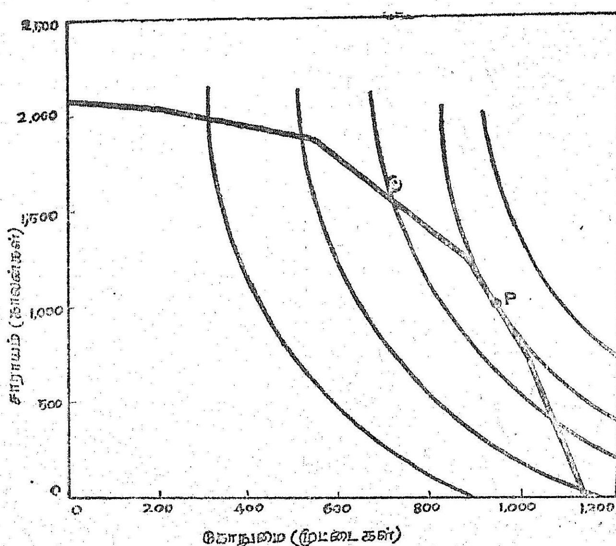
குருசோ அவரது ஆக்கச் சாத்திய எல்லையைத் தீர்மானித்து விட்டால், ஒரு வரவு செலவுப் பட்டியல் கோட்டிற்குப் பதிலாக ஆக்கச் சாத்திய எல்லையைப் பெற்றிருப்பதைத்தவிர, அவர் ஒரு நுகர்வோரைப் போல் நடந்து கொள்வார். இது படம் 7—2-ல் காட்டப்பட்டுள்ளது. அங்குத் திராட்சைக்கும் கோதுமைக்கும் இடையிலான குருசோவின் சில சமநோக்குக் கோடுகள் ஆக்கச் சாத்திய எல்லையின்மேல் ஒன்றன் மேல் ஒன்ருக வைக்கப்பட்டுள்ளது, அவர் முனை Pயைத் தேர்ந்தெடுக்கிருர். அங்கு எல்லை உயர்வான சமநோக்குக் கோட்டைத் தொடுகிறது. எல்லையின் மேலுள்ள மற்ற எல்லா முனைகளும் கீழ் உள்ள சமநோக்குக் கோடுகளைத் தொடுகின்றன (அஃதாவது, அவை குறைவாக விரும்பப்படுகின்றன). எல்லைக்குக் கீழ் எந்த முனையிலும் திருப்திகரமாக இருக்கமுடியாது. அதற்கு மேலும் எந்தமுனையையும் அடைய முடியாது. குருசோவின் சொந்தத் தேர்வுகள், விருப்பங்களால் மதிப்பிடப்பட்டமையைப்போல் அவர் அடையக்கூடிய உற்பத்தித் தொகுதி முனை P ஆக இருக்கும்.

வரைபடத்தில் 7—2ல் உத்தம முனையில் எல்லை பொருத்தமான சமநோக்கு வளைகோட்டிற்குத் தொடுகோடாக இருக்கும் என்ற முக்கிய உண்மையைக் கவனி (அஃதாவது அவற்றின் சரிவுகள் சமமாக இருக்கும்). சமநோக்குக் கோட்டின் சாய்வு இரண்டு பொருள்களுக்கு மிடையில் இறுதிநிலை விகிதப் பதிலீடாக இருக்கும் என்பதை அறிந்துள்ளோம். ஆக்கச் சாத்திய எல்லையின் சாய்வு அவற்றின் இறுதிநிலை விகித மாற்றமாக இருக்கும். ஆகையால், ஒரு நுகர்வோர் பொருளாதாரத்திற்கு விருப்பத்தக்க உற்பத்தி நுகர்வோரின் இறுதிநிலை விகிதப் பதிலீட்டிற்குச் சமமாக இருக்கும். இரண்டு பொருள்களுக்கு மிடையிலுள்ள பொருளாதாரத்தின் இறுதிநிலை விகித மாற்றத்தின் முனையில் நிகழ்கிறது.

அது ராபின்சன் குருசோவின் பிரச்சினையைத் தீர்க்கிறது. ஆனுல், ஒரு நபருக்கு மேலான பொருளாதாரத்தை அன்று. எந்த ஒரு பொருளாதாரமும் எவ்வளவு மக்கள் தொகையைப் பெற்றிருந்தாலும், ஓர் ஆக்கச் சாத்திய எல்லையைப் பெற்றிருக்கிறது. திறமையாக இயங்கும்பொழுது அதை அடைகிறது. ஒரு நன்ருக விளக்கப்பட்ட சமநோக்குக் கோடுகளின் தொரணியை ஒரு மக்கள் பெருக்கமுள்ள பொருளாதாரம் பெற்றிருக்காது. அது குருசோவின் இறுதித் தேர்வைப் படம், 7—2-ல் தீர்க்கப் பயன்படுத்துவதைப்போல் ஒன்ருக இருக்கும். இச் சிக்கல் தானுகவே, இரண்டு நபர்கள்மட்டும் இருக்கும் பொருளாதாரத்திலும் நுழைகிறது.

இப் பிரச்சினையை நமது நோக்கத்தில் பார்க்க, குருசோவிற்கு ஒரு தோழனைக் கொடுக்கலாம். ஆனுல், ப்ரைடே என்ற மனிதன்

அல்லன். ஆனால், சுமித் என்ற பெயர்கொண்டவரை. பின்னர், குருசோவும் சுமித்தும் ஆக்கச் சாத்திய எல்லையின் ஒரு முனையை ஏற்றுக்கொள்ளவேண்டும். அதைப் போலவே அதற்கேற்ற முனையில் இரண்டு அறுவடையின் அளவுகளுக்கும் இடையில் ஒரு பகுப்பையும் ஏற்றுக்கொள்ளவேண்டும். இவை இரண்டும் வேறுபட்ட சமூகப் பிரச்சினைகளைச் சம்பந்தப் படுத்தும் இரண்டு குறிப்பிடத்தக்க முடிவு களாக இருக்கும். அவற்றைப்பற்றித் தனியாகப் பார்ப்போம். முதலில் ஆக்கச் சாத்திய எல்லையின்மேல் எந்தத் தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட முனைக் கேற்ப அவருடைய விளைவுகளை எப்படிப் பகுப்பது என்ற கேள்வி யாகும்.



வரைபடம் 7—2

குருசோவின் ஆக்கச் சாத்திய எல்லையும் சமூகச் சமநோக்குக் கோடுகளும்: உயர்வான சமநோக்குக் கோட்டுக்குத் தொடு கோடாக இருக்கும் எல்லை சிறந்த முனையாக இருக்கும்.

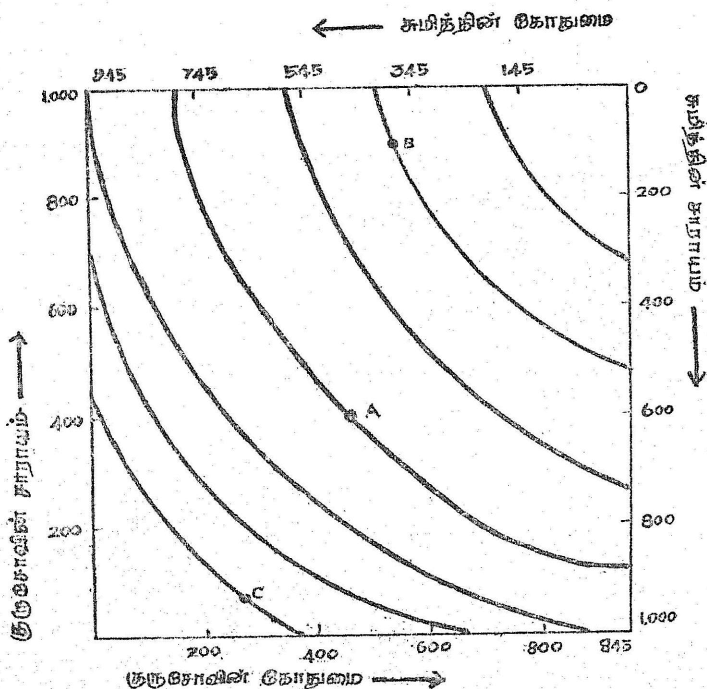
வரைபடம் 7—2-ல் P முனையைப் போன்ற ஓர் உற்பத்தி முனையை தேர்ந்தெடுக்கப்பட்டதாக இருக்கட்டும். குருசோவிற்கும் சுமித்திற்கும் பங்கிடக்கூடிய 1000 காலன்கள் சாராயமும் 945 மூட்டைக் கோது மையும் கிடைக்கின்றன. பங்கீட்டுத் திறமையை விவாதித்தபொழுது கண்டதுபோல் இரு பொருள்களுக்கும் குருசோவும் சுமித்தும் அதே இறுதிநிலை விகிதப் பதிலீட்டைப் பெறும்படியான ஒரு முறையில் கோதுமையையும் சாராயத்தையும் பங்கிடவேண்டும் என்பதுதான்

நமது குறிக்கோள். ஆனால், இத் தத்துவம் பொருள்களின் பகுப்பைத் தீர்மானிக்கப் போதியதாக இல்லை. அதைப் பல மாறுபட்ட வழிகளில் திருப்தி செய்ய முடியும். பெட்டி வரைபடம் (box diagram) என்ற ஒரு புகழ்பெற்ற வரைபடம் அப் பிரச்சினையையும் அதன் சமூகச் சிக்கல் களையும் பார்க்க உதவியாக இருக்கும்.

பெட்டி வரைபடம் அதிகாரம் 5-ல் அறிமுகப்படுத்தப்பட்ட சம நோக்கு வளைகோடு வரைபடங்களின்மேல் நிறுவுவோம். வரைபடம் 7—3 குரூசோவின் ஒரு சில சமநோக்குக் கோடுகளை, கோதுமைக்கும் சாராயத்திற்குமானதைக் காட்டுகிறது. புதிய குணம் என்னவென்றால், சமநோக்குக் கோடுகள் ஒரு பெட்டியில் அடைக்கப்பட்டுள்ளன. அவற்றின் பருமஅளவுகள் பிரிக்கப்படவேண்டிய பொருள்களின் மொத்த அளவுகளாகும். வழக்கமான முறையில், பெட்டியின் ஒவ்வொரு முனையும் குரூசோவிற்குக் கொடுக்கப்பட்ட அளவுகளைக் காட்டுகிறது. மேலும் சுமித்துக்குப் பாக்கியை ஒதுக்கவேண்டும். உதாரணமாக, A முனைக்கேற்ப குரூசோ 480 மூட்டைக் கோதுமை யையும் 400 காலன் சாராயத்தையும் பெறுகிறார். பாக்கியைச் சுமித் பெறுவார். அஃதாவது 465 மூட்டைக் கோதுமையையும் 600 காலன் சாராயத்தையும் வரைபடத்திலுள்ள புதிய இருபடுக்கையைப் பார்ப்பது போல், குரூசோவின் சமநோக்குக் கோடுகள் காட்டப்பட்டுள்ளதைப் போல், இரண்டு பொருள்களின் வேறுபட்ட சாத்திய பகுப்புகளை அவர் எப்படி மதிப்பிடுகிறார். அவர் A-க்குப் பதிலாக B-ஐயும் C-க்கு A-ஐயும் விரும்புகிறார். பகுப்புகளில் சுமித்தின் தேர்வுகள் வரைபடம் 7—3-லிருந்து கூற முடியாது. வரைபடத்திற்குச் சுமித்தின் சம நோக்குக் கோடுகளில் சிலவற்றைச் சேர்த்து அதைக் கவனித்துக் கொள்ளலாம். அது வரைபடம் 7—4-ல் செய்யப்பட்டுள்ளது. அங்குச் சுமித்தின் சமநோக்குக் கோடுகள் தகர்வுகளால் காட்டப்பட்டுள்ளன. சுமித்தின் கோடுகள் அந்த வரைபடத்தில் ஒரு வகையில் நூதனமாய்த் தெரியும். ஆனால், பக்கத்தைத் தலைகீழாகத் திருப்பினால், சுமித்தின் 0-0 முனைக்கானவற்றை, அவை சரியான இயல்பான சமநோக்குக் கோடு வரைபடமாக அமையும் என்பதைப் பார்க்கலாம். பகுப்புகள் A, B, C-யின் சுமித்தின் அணி வரிசை குரூசோவிற்கு எதிரானது என்று நாம் காணலாம்.

குரூசோவின் ஒன்றிற்குத் தொடுகோடாக இருக்கும் சுமித்தின் சமநோக்குக் கோடுகளின் ஒன்றின் முனைகளுக்கு ஏற்றவாறு இருக்கும் பகுதிகள் சிறப்பு முக்கியத்துவம் வாய்ந்தனவாக இருக்கின்றன. அவற்றை வற்புறுத்த, ஒப்பந்த வளைகோடு (Contract curve)எனப்படும் FYE வளைகோடு அப்படிப்பட்ட எல்லா முனைகளின் வழியாக வரையப்

பட்டுள்ளது. ஒப்பந்த வளைகோட்டின்மேல் இல்லாத வளைகோட்டின் மேல் எந்த முனையையும் (A-ஐப் போன்ற ஒன்று) கருதுவோம். மற்ற ஒவ்வொரு முனையைப்போல் குருசோவின் சமநோக்குக் கோடுகளின் ஒன்றில் அஃது அமைகிறது. Y-லுள்ள ஒப்பந்த வளைகோட்டை நோக்கிச் செல்லும் சமநோக்குக் கோட்டின்மீது நகரும்பொழுது

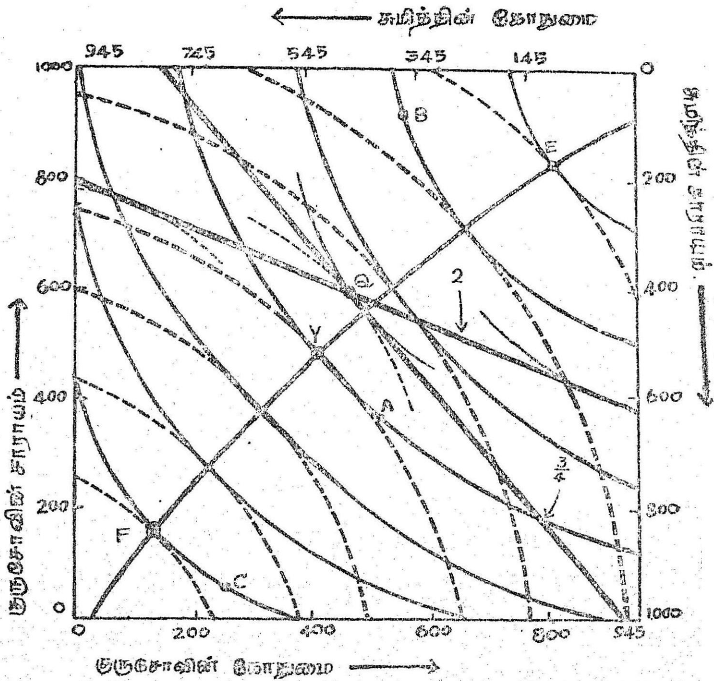


வரைபடம் 7—3

ஒரு பெட்டி வரைபடம்: ஒவ்வொரு முனையும் இரண்டு நுகர்வோர்களுக்குக் கொடுக்கப்பட்ட இரு பொருள்களைப் பிரிக்கும் ஒரு வழியைக் குறிப்பிடுகிறது.

குருசோவின் நோக்கு நிலையில் சமத் திருப்திகரமாக இருக்கும் பகுதிகளைக் குறிக்கும் முனைகளின் வழியாக நகருகிறோம் என்பதையும், ஆனால் சுமித்தின் தேர்வின் அளவுப்படி அதிகரிக்கும் நன்மையானதாக இருப்பதையும் பார்க்கலாம். ஆனால், குருசோவிற்குக் கொடுக்கப்பட்ட சமநோக்குக் கோட்டை வெட்டும் சுமித்திற்கான உயர்ந்த சமநோக்குக் கோட்டை Y-ல் அடைவோம். குருசோவைத் துன்பப்

படுத்தாமல் சுமித்திற்கு நன்மை அளிக்கும் நகரும் முனையாக Y-ஐ எடுத்து ஒரு மறுபங்கீட்டைக் காணமுடியாது. இதுதான் ஒப்பந்த வளைகோட்டின் அடிப்படைக் குணமாகும். குருசோ, சுமித் இருவரின் நோக்கிலிருந்து மாறுன ஒப்பந்த வளைகோட்டின் ஒரு பகுதியை விருத்தி செய்யமுடியும். அதில் அப்படிப்பட்ட பகுதி இருக்காது.



வரைபடம் 7—4

சமநோக்குக் கோடுகளின் இரண்டு அணிகளையுடைய பெட்டி வரைபடம் இரண்டு நுகர்வோர்களின் தேர்வுகளைச் சமநோக்குக் கோடுகள் காட்டுகின்றன. ஒவ்வொரு முனையிலும் இரண்டு சமநோக்குக் கோடுகள் தொடு கோடுகளாக இருக்கும்பொழுது நுகர்வோர்களுக்குத் திறமையான பங்கீட்டைக் குறிக்கிறது.

பொருள்களுக்கான நுகர்வோரின் இறுதிநிலை விகிதப் பதிலீட்டின் கோட்டுப்படக் குறிப்புத்தான் ஒரு சமநோக்குக் கோட்டின் சாய்வு என்பது நினைவில் வைத்திருக்கும்பொழுது, இது ஆச்சரியப்படத் தக்கதன்று. ஒப்பந்த வளைகோட்டில் சுமித், குருசோ ஆகியோரின் சமநோக்குக் கோடுகள் தொடுகோடாக இருக்குமிடத்தில் இருவரும்

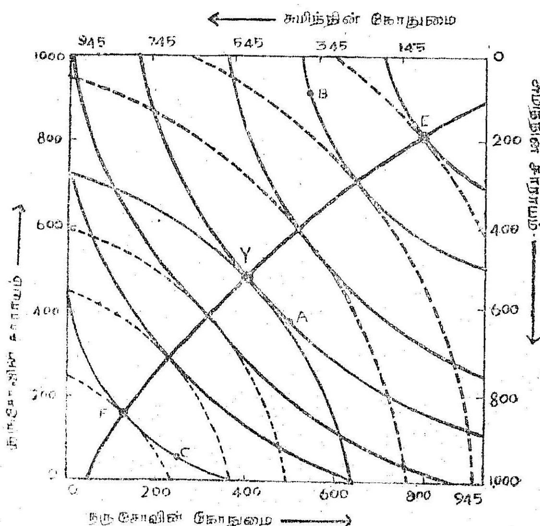
இரண்டு பொருள்களுக்கும் அதே இறுதிநிலை விகிதப் பதிலீட்டைப் பெற்றிருக்கும். ஒரு திறமையான பங்கீட்டிற்கான ஒரு நிலைமையை நாம் ஏற்கெனவே பார்த்தோம். அதைப்போன்ற பல முனைகள் இருக்கின்றன என்பதுதான் தொந்தரவாக உள்ளது; FYE என்பவை அவற்றின் முழுமையானவை.

ஆக நிலைமை இதுதான். இறுதிநிலை விகிதப் பதிலீட்டைச் சமப்படுத்தும் தத்துவம் ஒப்பந்த வளைகோட்டில் சில முனைகளுக்கேற்ப குருசோ, சுமித் ஆகிய இருவரின் கோதுமை, சாராயத்தைப் பிரிப்பதைக்கூறுகிறது, ஆனால், எந்த முனை என்று கூறவில்லை. இருந்தாலும் பெட்டி வரைபடத்தின்மேல் ஒரு பார்வை ஒப்பந்த வளைகோட்டில் முனைகளின் ஒரு தேர்வை சம்பந்தப்படுத்துகிறதென்பதைக் காட்டுகிறது. F-லிருந்து E ஐ நோக்கி வளைகோட்டின்மீது நடும்பொழுது, குருசோவிற்கு வரிசையாக உயர்ந்த சமநோக்குகளின் வழியாகவும், சுமித்திற்குக் கீழுள்ளவற்றின் வழியாகவும் நாம் நகர்கிறோம். மாறுகக் கூறினால், அத் திசையில் நகரும்பொழுது சுமித்தின் செலவால் குருசோ செல்வமுடையவராகிறார். நாம் கருதும் தேர்வு வருவாய்ப் பங்கீட்டின் தேர்வாகும் என்பது ஒரு சமூகத்தில் மிக ஆபத்தான கவலைக்கான வினாக்களில் ஒன்றாகும். உண்மையில் குருசோவும் சுமித்தும் FYE-ல் எந்த முனையைத் தேர்ந்தெடுப்பது என்று முழு மூச்சுடன் விவாதிக்க நேரிடும்.

பெரட்டோ செய்தி வருவாய்ப் பங்கீட்டைப்பற்றிய முடிவுகளுக்கு எந்த ஒரு வழிமுறையையும் கொடுக்கவில்லை. ஏனென்றால், அதன் முழுப் பொருளும் மற்றவர்களின் திருப்தியைக் குறைக்காமல் சமூகத்தின் சில நபர்களுக்கு அதிகத் திருப்தியைக் கொடுக்கும் சில மாற்று முறைகள் இருந்தால், எந்த ஒரு முடிவும் எடுக்கப்படமாட்டாது என்பதாகும். ஆனால், ஒப்பந்த வளைகோட்டில் எந்த ஒரு நுகர்வும் குருசோவின் திருப்தியை அதிகரிக்கும். ஆனால், சுமித்தினுடையதற்கும் அப்படி எதிரெதிராக இருக்கும். அதைப்பற்றி இந்த நிலையில் ஏதும் கூறமுடியாது, ஆகையால் கடந்த அதிகாரத்தின் வருவாய்ப் பங்கீட்டின் கருத்துக்குத் திரும்புவோம்.

ஆக்கச் சாத்திய எல்லையின் சிறந்த முனையைத் தேர்ந்தெடுக்கும் பிரச்சினையுடன், குருசோவும் சுமித்தும் எந்த முனையைத் தேர்ந்தெடுத்தாலும் பொருளைப் பிரிக்க சில விதிகளை ஏற்றுக்கொண்டார்கள் என்பதாக ஊகித்துக் கொள்வோம். குருசோ ஒற்றைப்படை எண் நிலங்களில் விளைந்தது என்றால், சுமித் இரட்டைப்படை எண் நிலத்தில் விளைந்ததைப் பெறுவார் என்பதுதான் அவ் விதியாகும். இந்த ஆரம்பப் பங்கீடு ஒப்பந்த வளைகோட்டின்மேல் இருக்கவேண்டிய

அவசியம் இல்லை. அப்படியானுல், கோதுமையின் மூலமாகச் சாராயத்தின் ஒரு விலையை இருவரும் ஏற்றுக்கொள்வார்கள், அதன் பின்னர் அவ்விலைக்கேற்ப வாணிபம் செய்வார்கள்.



வரைபடம் 7—5

வாணிபக் கோடுகளுடன் பெட்டி வரைபடம்: வாணிபம் செய்யப்படும் பொருள்களின் விகிதத்தை வாணிபக் கோடுகள் காட்டுகின்றன. அதே முனையில் ஒவ்வொரு அணியிலிருந்து ஒரு சமநோக்குக் கோட்டிற்குத் தொடுகோடாக ஒன்றுமட்டும் இருக்கும்.

கூறிய முறை அவர்களை ஒப்பந்த வளைகோட்டில் ஒரு குறிப்பான முனைக்கு எடுத்துச் செல்கிறதா என்பதைச் சரிபார்த்தல் நலம் பயக்கும். அவர்கள் 1000 காலன் சாராயத்தையும் 945 மூட்டைக் கோதுமையையும் உற்பத்தி செய்யத் தீர்மானித்துள்ளதாக நினைத்துக் கொள்வோம். இவ் விடிவின்மூலம் கிடைக்கும் நிலத்தின் பயனும் ஆரம்பப் பங்குகளும் அட்டவணை 7—2-ல் காட்டப்பட்டுள்ளன. குருசோவின் நிலம் 465 மூட்டைக் கோதுமையும் 600 காலன் சாராயத்தையும் உற்பத்தி செய்யும் சுமித்தினுடையது பாக்கியை விளைவிக்கும். அப்படிக் கிடைக்கும் பொருள்களின் பங்கு படம் 7—5-ல் முனை Q ஆகும். அஃது ஒப்பந்த வளைகோட்டில் அன்று.

இப்போது இருவரும் சாராயத்திற்கான ஒரு விலையை ஏற்றுக் கொண்டு வாணிபம் செய்யவேண்டும். எடுத்துக்காட்டாக, ஒரு

காலன் சாராயம் 2 மூட்டைக் கோதுமைக்குச் சமம் என்று அவர்கள் முடிவு செய்துள்ளதாக வைத்துக்கொள்வோம். இந்த விலையில் குருசோ (அல்லது சுமித்) 2x மூட்டைக் கோதுமைகளுக்கு x காலன் சாராயத்தை விற்கமுடியும் என்றும் அல்லது ½ y காலன் சாராத்திற்கு y மூட்டைக் கோதுமையைப் பெறலாம் என்றும் தெரிகிறது. இச் சாத்தியங்கள் வரைபடம் 7—5-ல் '2' எனது குறிப்பிடப்பட்ட கோட்டால் காட்டப்படுகின்றன. குருசோ 400 மூட்டைக் கோதுமைக்காக 200 காலன் சாராயத்தை விற்கவிரும்புவார். ஏனென்றால், அங்குத்தான் வாணிபக்கோடு அவருக்கான உயர்வான சமநோக்குக் கோட்டை அடைகிறது. அதற்கு மாறாக, நூலைத் திருப்பிப்பார்த்தால், சுமித் 320 மூட்டைக் கோதுமைக்காக 160 காலன் சாராயத்தைக் கொடுக்க விரும்புவார் என்பதையும் பார்க்கலாம். இப்போது சாராயத்தை ஒருவருக்கொருவர் விற்க முடியாது. ஏனென்றால், இந்த விலை மிகவும் அதிகமாய் இருப்பதால் அதில் ஒத்துக்கொள்ள மாட்டார்கள்.

காட்டப்பட்ட மற்ற கோடு ஒரு காலன் சாராயத்திற்குக் கோதுமை மூட்டை விலை 0.75-ல் விற்கக்கூடிய சாத்தியத்தை விளக்குகிறது. இவ் விற்பனைக்கோடு, சுமித்திற்கான உயர்ந்த சமநோக்குக்கோடு ஒன்றையும், குருசோவிற்கான உயர்ந்த ஒன்றையும் அடையும் முக்கியமான சொத்தைப் பெற்றிருக்கிறது. நிச்சயமாக இரண்டும் ஒப்பந்த வளைகோட்டின் மேல்தான். (ஏன்?) அவ் விலையில் குருசோ 30 மூட்டைக் கோதுமைக்காகச் சுமார் 40 காலன் சாராயத்தை விற்க விரும்புவார். அதைச் சுமித் ஏற்றுக்கொள்வார். விற்பனைக்கோடு ஒப்பந்த வளைகோட்டைச் சந்திக்கும் முனையில் அவர்கள் நிறுத்துவார்கள்.

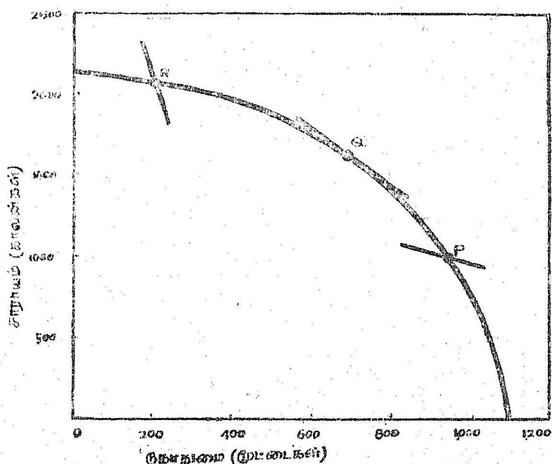
		பயன்படுத்தப்பட்ட ஏக்கர்கள்		உற்பத்தி	
		கோதுமை	சாராயம்	கோதுமை	சாராயம்
குருசோவின் பங்கு	1	0	10	0	300
நிலத்தின் வகை	3	10	10	90	300
	5	15	0	375	0
குருசோவின் மொத்தம்				465	600
சுமித்தின் பங்கு					
நிலவகை	2	0	10	0	400
	4	25	0	300	0
	6	10	0	180	0
சுமித்தின் மொத்தம்		...	...	480	400
மொத்த உற்பத்தி		...	...	945	1000

இச் சிறிய கணிப்பு எண்ணற்ற கூறுகளை விளக்குகிறது. முதலாவதாகப் பொருளைப் பிரிப்பதற்கான ஒரு விதியுடன் ஆக்கச் சாத்திய எல்லையின் ஒரு கூறின் நேர்வு எப்படி ஒப்பந்த வளைகோட்டில் ஒரு முனையைத் தீர்மானிக்கிறது என்பதைக் காட்டுகிறது. அதன்மூலமாக வருவாயைப் பிரிப்பதையும் காட்டுகிறது. இரண்டாவதாக, கோதுமைக்கும் சாராயத்திற்கும் ஒரு சமூக இறுதிநிலை விகிதப் பதிலீட்டையும் முடிவு பெற்றிருக்கிறது என்பதைக் காட்டுகிறது. ஒப்பந்த வளைகோட்டின் ஒவ்வொரு முனையிலும் கோதுமைக்கான சாராயத்தின் அதே இறுதிநிலை விகிதப் பதிலீட்டைக் குருசோவும் சுமித்தும் பெற்றிருப்பதால், பல முனைகளில் இவ் விகிதம் வேறுபட்டிருந்தாலும் உற்பத்தி முடிவும் பகுப்பு விதியும் சேர்ந்து இருவருக்கும் அல்லது சமூகத்தின் எல்லா நபர்களுக்கும் ஒரு MRSஐத் (சாராயம் : கோதுமை) தீர்மானிக்கிறது. தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட வருவாய்ப் பங்கீட்டின் குறிப்பிட்ட விதி இவ் விவாதற்கு முக்கியமானதன்று. குருசோ அல்லது சுமித் ஆகிய இருவரில் ஒருவரின் வருவாய் பாதிக்கக் கூடியதாய் இருந்தால், அது மிக முக்கியமானதாக இருந்தாலும் சரி, ஓர் இறுதியான பங்கீட்டை ஒப்பந்த வளைகோட்டின்மேல் அஃது அனுமதிப்பதைப்போல், பங்கீட்டுத் திறமைக்கு அஃது அவசியமாகிறது. நமது முடிவுகள் மதிப்புள்ளனவாக இருக்கும். பல பொருள்களும் மக்களும் சம்பந்தப்படும்பொழுது அவை தெளிவற்றனவாக இருந்தாலும் இம் முடிவுகள் பெரிய சமூகங்களுக்கும் பொருத்தமானதாய் இருக்கும்.

ஆக்கச் சாதனை எல்லையின் சிறந்த முனையைக் கண்டுபிடிப்பதற்குச் சாலையின் வழியாக இத் தெளிவான வழி விலகிய போக்குக்கு நம்மைக் கொண்டு வந்துள்ளது. இப் பணியை முடிப்பதற்கு மற்றும் ஒரு கோட்டுப்படம் உதவியாக இருக்கும். படம் 7—6-ல் ஒரு சிறிய மாற்றத்துடன் அதே ஆக்கச் சாத்திய எல்லை மறுபடியும் காட்டப்பட்டுள்ளது. அங்கு 6 வகையான, நிலம் மட்டும் இருக்கின்றன என்பதை விட்டு ஏராளமான வகையான நிலங்கள், உண்மையானவையாக இருக்கின்றன என்று வைத்துக் கொள்வோம். பின்னர், ஆக்கச் சாதனை எல்லை மிகவும் துண்டுகளான பல எண்களை அடக்கியிருக்கும் என்று காட்டப்பட்டதைப்போல் ஒரு நேரான வளைகோட்டின் தோற்றத்தை உருவாக்கும். ஒப்பீட்டு நன்மைத் தத்துவம் இன்னும் பொருந்துவதால் அது குழிவானதாக இருக்கும். எல்லையின் ஒவ்வொரு முனையும் இவ் விருபொருள்களின் சில உற்பத்தியைக் குறிப்பிடுகிறது அதற்கேற்ப எதிர் நோக்குபவர்களுக்கு ஒரு குறிப்பிட்ட பகுதிக்கும் சாராயத்திற்கும் கோதுமைக்குமுள்ள ஒரு நிலையான சமூக இறுதிநிலை விகிதப் பதிலீட்டையும் குறிக்கிறது. இறுதிநிலை விகிதப் பதிலீடு ஒரு

சாய்வால் கோட்டுப்படம்மூலம் குறிப்பிடுகிறது. குறிப்பாக அந்த முனையில் பங்கு பெறுவோர் காணும் சமநோக்குக் கோட்டின் பொதுச் சாய்வால் தோன்றுகிறது. முனை P-லுள்ள இச் சாய்வு அம் முனை வழியாக வரையப்பட்ட குறுகிய துண்டுக் கோடுகளால் குறிப்பிடப் படுகிறது.

இப்போது இச் சாய்வு முனை P-லுள்ள ஆக்கச் சாத்திய எல்லை போன்றதன்று என்பதைக் கவனி. அஃதாவது, அங்குள்ள இறுதி நிலை விகித மாற்றமாகும். ஆகையால், முனை P ஒரு நல்ல தேர்வாக முடியாது. நாம் சொல்லும் சமூக MRS கோட்டின் சாய்வு சாரா யத்தின் காலன் எண்களை, அவனது சமநோக்குக் கோட்டிற்கேற்ப



வரைபடம் 7—6

சில இறுதிநிலை விகிதப் பதிவீடுகளுடன் ஆக்கச் சாத்திய எல்லை: பல நுகர்வோர்கள் இருக்கும் பொழுது. ஆக்கச் சாத்திய எல்லையில் சிறந்த முனை எல்லையின் சாய்வும் சமூக இறுதிநிலை விகிதப் பதிவீடும் அதுவேயாக இருக்கும் முனையாகும்.

சமூகத்தின் ஒவ்வொரு நபரும் அவரது கோதுமை அளவில் ஒரு மூட்டை குறைப்பிற்காக அவர் சரிப்படுத்த வேண்டியதைக் காட்டு கிறது. ஆக்கச் சாத்திய வளைகோட்டின் சாய்வு, ஒரு மூட்டைக் கோதுமை உற்பத்தியைக் குறைப்பதால் கிடைக்கக்கூடிய சாராயக் காலன் எண்களைக் காட்டுகிறது, காட்டப்பட்டுள்ளதைப்போல் சாராய உற்பத்தியின் அதிகரிப்பு ஏதாவது ஒரு நபரின் கோதுமை ஒதுக்கீட்டில் ஒரு மூட்டைக் குறைப்பைச் சரிகட்டப் போதுமான

தற்குமேல் இருக்கும் என்பதைக் காட்டுகிறது. ஒரு மூட்டை குறைவான கோதுமையையும் சாராயத்தின் MRT (சாராயம் : கோதுமை) அதிகமான காலன்களையும் தேர்ந்தெடுக்கப்படும் ஓர் ஆக்க முனையாக அஃது இருந்தால், மற்ற நபர்களைத் துன்புறுத்தாமல் ஒரு நபரை நலமுடையவராகச் செய்யலாம். ஆக்கச் சாத்திய எல்லையின் மேலான முனை P ஒரு நல்ல தேர்வு அன்று.

இறுதிநிலை மாற்றத்திற்குச் சமமாக இருக்கும் சமூக இறுதிநிலை விகிதப்பதிலீடு இருக்கும்படியான முனை Qஐக் கவனிப்பார். அங்குக் கோதுமை உற்பத்தியில் ஒரு சிறிய குறைப்பு ஏதாவது ஒரு நபரை ஓர் உயர்ந்த சமநோக்குக் கோட்டில் இருக்கும்படியாகச் சாராய உற்பத்தியைப் பெருவாரியாக அதிகரிக்கக் கூடியதை அனுமதிக்காது. அதைப்போலவே, சாராய உற்பத்தியில், ஏதாவது ஒரு நபரின் கோதுமை ஒதுக்கீட்டில் ஒரு மூட்டை குறைப்பை ஈடுபடுத்த ஒரு கூடுதலான மூட்டையைக் கோதுமையில் அடையப் போதுமானதாக இல்லை என்பதாகும். முனை Q தேர்ந்தெடுக்கப்பட்டால் ஒன்றைக் குறைக்காமல் எந்த நபரின் நலத்தை அதிகரிக்கக் கூடிய வழிகிடையாது. ஆகையால் முனை P ஒரு நல்ல உற்பத்தி முனையாக இருக்கும்.

சமூக இறுதிநிலை விகிதப்பதிலீட்டிற்குச் சமமான இறுதிநிலை விகித மாற்றம் இருக்கும் Q போன்ற ஒரு முனை இருக்கவேண்டியது அவசியமா? இவ் வினவிற்குப் பதிலளிக்க ஒரு விரிவான ஆய்வை எடுத்துக்கொள்ளவேண்டும். வருவாய்ப் பங்கீடு விதிகளின் ஒரு விரிவான விளக்கத்திற்கும், ஆனால் தனியார் நடத்தையைப்போல் சமூக நடத்தை இருக்கவேண்டுமானால், அப்படிப்பட்ட ஒரு முனை இருக்கவேண்டுமென்பது புலனாகிறது. அப்படிப்பட்ட R போன்ற முனையில் கோதுமைக்கான விகிதாச்சாரத்தில் சாராயம் ஏராளமாகிறது. சமூகத்திற்கு அப்படிப்பட்ட ஓர் ஆக்க முனையில் எல்லா நுகர்வோர்களும் இல்லாவிட்டாலும் சிலர் தனி நபர்களின் சமநோக்குக் கோடுகளுக்கேற்ப கோதுமையின் விகிதாச்சாரத்தில் சாராயம் அதிகமாக ஒதுக்கிடப்படும், அப்படிப்பட்ட நுகர்வோர்கள் உயர்வான MRS ஐப் (சாராயம் : கோதுமை) பெற்றிருப்பார்கள். சமூக இறுதிநிலை விகிதப்பதிலீடு தனி நபரின் ஒன்றைப் பிரதிபலித்தால், செங்குத்தான சமூக MRS கோட்டை விளக்கியதுபோல், அஃதும் உயர்ந்ததாக இருக்க நேரிடும். அதே முனையில் ஆக்கச் சாத்திய எல்லை, படுகிடையாகவும், ஒரு குறைவான MRT (சாராயம் : கோதுமை) ஐக் குறித்தும் இருப்பதைக் கவனி.

சாராயத்துக்கு விகிதாசாரத்தில் ஏராளமாக இருக்கும் கோதுமையின் P முனையில் நிலைமை எதிர்மாறாக உள்ளது. தேர்வுகளைக்

குறிக்கும் ஒன்றும் ஆக்கச் சாத்தியங்களைக் குறிக்கும் மற்றொன்றும் சில முனையில் R க்கும் P க்கும் மத்தியில் சேர்ந்துவிடும் என்பது நம்பத்தகுந்தனவாக இருக்கின்றன. அங்கு இறுதிநிலை விகிதப்பதிலீடும் இறுதிநிலை விகிதமாற்றமும் சமமாக இருக்கும். அப்படிப்பட்ட ஒரு முனை முக்கியமான சொத்தைப் பெற்றிருக்கும், அதனால், பொருள் களுக்கிடையில் எந்த ஒரு நுகர்வோரும் ஓர் உயர்வான சமநோக்குக் கோட்டை அடைய வளங்களின் பங்கீடு இயலச் செய்யாது.

இம் முனையில் நுகர்வோர் இறைமையின் தேவைகள் பூர்த்தி செய்யப்படுகின்றன. இரு நுகர்வோரும் சூழ்நிலைகள் அனுமதிப்பதற் கேற்ப மிகவும் திருப்தியளிக்கப்படுகின்றன. அஃதாவது ஒருவரை உயர்ந்த சமநோக்குக் கோட்டிற்கு நகர்த்தி, மற்றவரைக் கீழுள்ள சமநோக்குக் கோட்டிற்கு நகர்த்தாமல் இருப்பதற்கு வழி ஏதும் இல்லை என்பதாகும். நுகர்வோர் இறைமையால் கொடுக்கப்பட்ட உற்பத்தி முனையைத் தீர்மானிக்கும் வருவாய்ப் பங்கீட்டின் முக்கியத்துவம் மறுபடி கூறத்தகுந்ததாய் இருக்கிறது. வருவாய்ப் பங்கீடு சமூக இறுதிநிலை விகிதப் பதிலீட்டைக் கவர்ந்தது. நுகர்வோர் இறைமைக்கு வளைந்து கொடுக்கும் உற்பத்திமுனை என்பது இறுதிநிலை விகித மாற்றம் சமூக இறுதிநிலை விகிதப் பதிலீட்டிற்குச் சமமாக இருக்கும் ஒன்றாகும். ஆனால் இதிலிருந்து நுகர்வோர்கள் அவர்களுடைய இறைமையைச் சமமாகப் பெறுவதில்லை என்பது தெரிகிறது. பொருளாதாரம் செல்வ நுகர்வோர்களின் ருசிக்குத் தக்கவாறு வளைந்து கொடுக்கிற தென்பதாகும்.

நாம் கற்றதைச் சுருக்கிக் கூறலாம். குரூசோவின் தீவில் பொருள்களின் உற்பத்தி எவ்வாறிருந்தாலும் பங்கீட்டுத் திறமையின் தேவைகள், எல்லா நுகர்வோர்களும் (இரண்டு) ஒவ்வொரு சோடிப் பொருள்களுக்குமிடையில் அதே இறுதிநிலை விகிதப் பதிலீட்டைப் பெற்றிருப்பார்கள் என்பதைப் பலப்படுத்திகிறது. இச் சமூக MRS ஆக்கச் சாத்திய எல்லையில் தேர்ந்தெடுக்கப்படும் முனையால் தீர்மானிக்கப்படுகிறது. அதே தேர்வு ஒவ்வொரு சோடிப் பொருள் களுக்குமிடையிலான இறுதிநிலை விகித மாற்றத்தைத் தீர்மானிக்கிறது. சமூக MRS, MRT-க்குச் சமமாக இல்லாவிட்டால், ஆக்கச் சாத்திய எல்லையில் மற்றொரு முனைக்கு நகர்வதன்மூலம் ஒருவரைத் துன்புறுத் தாமல் சில நுகர்வோர்களைச் சிறப்படையச் செய்யலாம். அத் தேர்வு பெரோட்டோ தத்துவத்தைப் புறக்கணிக்கிறது. மேலும் குறிப்பாக நுகர்வோர் இறைமைத் தேவையை ஒதுக்குகிறது.

பொருள்களுக்கான சமூக இறுதிநிலை விகிதப் பதிலீட்டிற்குச் சமமாக இருக்கும் ஒவ்வொரு சோடிப் பொருள்களுக்கான இறுதி

நிலை விகித மாற்றத்தின் ஆக்கச் சாத்திய எல்லையின்மேல் ஒரு முனையைத் தேர்ந்தெடுக்கவேண்டுமென்று நுகர்வோர்களின் இறைமை கோருகிறது என்று முடிப்போம்.

அது குருசோவின் தீவிற்கு எளிமையாகவும் உண்மையாகவும் இருக்கிறது. ஆனால், ஒரு மிக்க சிக்கலான அதே ஆய்வின்மூலம் எந்த ஒரு பொருளாதாரத்திற்கும், எவ்வளவு பொருள்கள் இருந்தாலும், வளங்கள் அல்லது எவ்வளவு நுகர்வோர் இருந்தாலும் அதை நிரூபிக்கலாம். ஒரு பொருளாதாரத்தில் ஒரு முறை இருந்தால், பொருள்களின் தொடர்புள்ள விலைகள் அவற்றுக்கான இறுதிநிலை விகிதப் பதிலீட்டை வெளிப்படுத்தும், அதைப்போல் சம்பந்தமுள்ள இறுதிநிலை உற்பத்திச் செலவுகள் (அம்முறை சர்வாதீனத்தால் சிதைக்கப் படாவிட்டால் அது விலைகளுக்குச் சமமாக இருக்கும்). அவற்றின் இறுதிநிலை விகித மாற்றத்தை வெளிப்படுத்தும். ஆகையால் ஒரு முன்னணி வழியில் ஒரு விலைமுறை நுகர்வோர் இறைமையைப் பின்பற்றுகிற தேவையான செய்திகளை அடக்கியுள்ளது என்பதைப் பார்க்கலாம்.

சேர்ந்து திரளும் திறமை

ஒரு பொருளாதாரத்தில் குறிப்பிடத்தக்க விரயம் என்பது, பயனற்ற வளங்களும் வேலையற்ற மனிதர்களுமாகும். அவை இருக்கும் பொழுது பொருளாதாரம் அதன் ஆக்கசாத்திய எல்லைகள் இருக்க முடியாது. அப்படியிருந்தும் இப்படிபட்ட விரயம் எல்லாப் பொருளாதாரங்களிலும் நிகழ்கிறது. நாம் இதுவரை விவாதித்துக்கொண்டிருந்த வளங்களின் தவருன உபயோகத்தைக்காட்டிலும் அஃது அடிக்கடி அபாயமானதாக இருக்கிறது.

நாம் முழுமையைக் கோரக்கூடாது. வணிகர்களும் மத்திய திட்டமிடுவோரும் தவறு செய்கிருர்கள். அவர்கள் பயனற்ற வளங்களைப் பயன்படுத்தும்பொழுது அது நிகழ்சாத்தியமாகிறது. வளங்களின் மறு பங்கீட்டிற்கு நாட்கள் ஆகும். வேலையற்ற நிலைமை என்பது, தேவைப் படும் வேலையைத் தேடுவதற்கும், முதலாலிகள் அவர்கள் வேண்டிய ஆட்களைத் தேடுவதற்கும் உள்ள இடைப்பட்ட காலமாகும். இக் காலத்திற்கு இந்த நாட்டில் வேலையில்லாத் திண்டாட்டத்தின் குறைந்த அளவு 3.5 சதவீதமாக இருக்கும். ஆனல், இக் காரணங் களால் வேலையின்மையின் அளவு அளவிடக் கூடியதைவிட அதிகமாய் இருக்கும். மிகை சேர்ந்து திரளும் இயல்புத் திறமையின் ஒரு குறிப்பாகும். அஃதாவது கிடைக்கும் வளங்கள் எல்லாவற்றையும் பயன்படுத்தத் தவறும் நிலைமையாகும்.

ஒரு சந்தை வழி காட்டிப் பொருளாதாரத்தில் சேர்ந்து திரளும் திறமையின் காரணங்கள் இந்த நூலில் நடத்தப்பட்ட சந்தை சரிப் படுத்தும் சக்தியிலிருந்து மிகவும் தனிச் சிறப்புடையதாய் இருக்கிறது. அவற்றுக்கு[1] மட்டும் குறிப்பிடலாம். நுகர்வோர்கள் அவர்கள் சம்பாதிக்கும் வருமானத்தை எல்லாம் நுகரக் கட்டாயப்படுத்தப்பட வில்லை. அல்லது வணிக நிறுவனங்கள் அவற்றுக்குக் கிடைக்கும் லாப மெல்லாம் முதலீடு செய்யக் கட்டாயப்படுத்துவதில்லை. அல்லது நுகர்வோர்கள் தொழிற்சாலையில் உள் உறுப்புகளில் அல்லது இருப்பு களில் சேமிக்க விரும்புவதைக் கட்டாயப்படுத்துவதில்லை என்பது அதிலுள்ள துன்பமாகும். ஆகையால், நுகர்வோர்கள் நுகர்வில் செல விட விரும்பும் தொகையையும் நிறுவனங்கள் பல முதல் பொருள்களிலும் இருப்புகளிலும் முதலீடு செய்ய விரும்புவதையும் சேர்ப்பது பொரு ளாதாரத்தில் உற்பத்தி செய்யப்படும் எல்லா வகைப் பொருள்களின் மதிப்பிலிருந்து வேறுபடுகிறதென்பது கிடைக்கும். எவரும் வாங்க விரும்பாத பொருள்கள் உற்பத்தி செய்யப்படும். ஏனென்றால் மிகவும் அதிகமான ஆட்கள் அவர்களின் ரொக்கச் சேமிப்பைக் கூடுதலாக்க அவர்களின் வருமானத்தைப் பயன்படுத்த முயலுகிறார்கள். வேண்டாத பொருள்கள் இருப்புகளில் குவிக்கப்படும். அதன் பயனாக ஆக்கத்தின் குறைப்பு ஏற்படும். அதைப்போலவே பயன்படுத்தப்படாத மனிதர் களும் வளங்களுமாகும்.

நிலவும் விலையில் மக்கள் வாங்க விரும்புவதைக்காட்டிலும் எந்த ஒரு பொருள் அதிகமாய் உற்பத்தி செய்யப்பட்டால், அதற்குத் தகுந்த மருந்து விலையைக் குறைப்பதாகும். ஒரு தனிமையான சந்தையில் சம நிலைக்கானவற்றிற்கு இது பணிசெய்கிறது. மிக அதிகமான ரொக்கச் சேமிப்பின் காரணத்தால் பல சந்தைகளில் தேவைக் குறைவு நிகழும் பொழுது ஏற்கெனவே தேவைக்குறைவாக இருக்கும் மற்ற சந்தைகளி லிருந்து தேவையைக் கவர்ச்சிக்க அவற்றில் ஏதாவதொன்றில் விலைக் குறைப்பை ஏற்படுத்தலாம். சம்பந்தப்பட்ட விலைகளின் ஏற்றத் தாழ்வைக் குறைக்க விலைமாற்றங்கள் போதுமானவையாகவும் தவிர்க்க முடியாதனவாகவும் இருக்கும். ஆனால் பொருள்களுக்கு ஒரு பொது வான தேவைக் குறைவு இருக்கும்பொழுது அவற்றைப்பெற முடியாது.

விலைகளின் அமைப்பு முறையின் ஒரு சமநிலைக்குச் சேர்ந்து திரளும் இயல்புத் திறமை கற்பிக்கக்கூடியதாய் இருக்கும். மக்கள் பின்னர்ச் செலவிடும்பொருட்டு இப்போது குறைவாகச் செலவிட விரும்பினால், நாம் பார்த்ததுபோல் அது நிகழ்கிறது. அஃது எதிர்கால

[1] இத் தொடரில் இரண்டு மற்ற பருமன் அளவுகளில் விரிவாக விவாதிக்கப்படுகிறது. J S டூயன்பெரி, பணமும் கடனும், தாக்கமும் கட்டுப் பாடும், 3வது பதிப்பு, C. L. ஸ்கல்ட்சு, தேசிய வருமான ஆய்வு, 3வது பதிப்பு.

ஒன்றுகளுக்குப் பதிலாகத் தற்காலப் பொருள்களின் உயர்ந்த இறுதி நிலைப் பதிலீட்டைக் குறுப்பிடுவனவாய் உள்ளன. எதிர்காலத்திற்காக நிகழ் காலத்தின் இவ் விகிதநிலை விகிதப்பதிலீட்டிற்கேற்ப ஒரு விலை இருக்கிறது. அஃதாவது எதிர்கால வட்டி, வட்டிவீதம் சமநிலைக்கு அப்பாலுள்ளது. அஃதாவது மிகவும் உயர்ந்ததாக இருக்கிறது என்பதை வேலையில்லா நிலமை எடுத்துக் கூறும், ஆனல் வட்டிவீத ஆய்வு, அதன் காரணங்கள், விளைவுகள் முதலியவை இந் நூலின் நோக்கு நிலைக்கப்பாற்பட்டதாகும்.

அறிமுகப் படுத்தப்பட்ட முக்கிய கருத்துகள்

தனிமுறையான பொருள்கள் : நுகர்வோர்களுக்கும் நிறுவனங்களுக்கும் தனியாகப் பொருள்கள் அளிக்கப்படும். ஒவ்வொரு நுகர்வோரின் நலமும் நிறுவனத்தின் லாபங்களும் அவர்கள் நுகரும் அளவால் மட்டும் பாதிக்கப்படுகிறது.

பொதுப் பொருள்கள் : தனிப்பட்ட நுகர்வோர்கள் அல்லது நிறுவனங்கள் ஆகியவற்றிற்குப் பொருள்கள் ஒதுக்கிடப்படும். பல நுகர்வோர்களின் அல்லது நிறுவனங்களின் நலன் சமுதாயத்திலுள்ள பொதுப்பொருள்களின் மொத்த அளவால் கூட்டாகப் பாதிக்கப் படுகிறது.

வெளிப்புறத் தன்மை அல்லது வெளிப்புற விளைவு: மற்றும் சில நுகர்வோர்களால் அல்லது நிறுவனங்களால் பயன்படுத்தப்படும் ஒரு பொருளிலிருந்து கிடைக்கும் ஒரு நுகர்வோர் அல்லது நிறுவனத்தின் நலனில் மேலான ஒரு நேரிடையான தாக்காகும்.

பெரெட்டோ தத்துவம் : மற்றும் சில நுகர்வோர்களைப் பாதிக்காமல் சில நுகர்வோரின் நலனை அதிகரிக்கும் ஒரு தகுந்த மாற்றம் இல்லாமலிருந்தால் ஒரு பொருளாதாரம் திறமையாக இயங்கிக் கொண்டிருக்கிறதென்பதைப் பொருளாதாரச் செயற்பாட்டின் தத்துவம் காட்டுகிறது.

ஆக்கச் சாத்திய எல்லை : மற்ற பொருள்களின் கொடுக்கப்பட்ட அளவும் கொடுக்கப்பட்ட வளங்களின் மொத்தப் பயன்பாட்டுடன் இணைந்து உற்பத்தி செய்யப்படும் ஒரு பொருளின் மிகப் பெரிய அளவின் ஒரு குறிப்பீடாகும்.

இறுதிநிலை விகிதமாற்றம் : MRT (X: Y) என்று குறிக்கப்பட்ட பொருள் Xஐ Y பொருளாக மாற்றும் இறுதிநிலை விகிதம் என்பது

பொருளாதாரம் ஒரு கூடுதலான Y அலகை உற்பத்தி செய்ய விட்டுக் கொடுக்கவேண்டிய X அலகுகளின் எண்களாகும்.

ஒப்பீட்டு நன்மை: ஒரு பொருளின் உற்பத்தியின் ஒரு வளத்தின் ஒப்பீட்டு நன்மை என்பது மற்றொரு தொழிலில் பயன்படுத்தப்படும் பொழுது, அதன் இறுதிநிலை உற்பத்திக்காக அப்பொருளை உற்பத்தி செய்யப் பயன்படுத்தப்படும்பொழுது இருக்கும் அதன் இறுதிநிலை உற்பத்தியின் விகிதமாகும்.

பெட்டி வரைபடம்: சில வேளைகளில் எட்ஜ் ஓர்த் பெட்டி எனப் படுவது: இரு நுகர்வோர்களுக்கு இரு பொருள்களின் பங்கீட்டையும் இரு நுகர்வோர்களின் சமநோக்குக் கோடுகளையும் ஒரே நேரத்தில் காட்டும் ஒரு வரைபடமாகும்.

ஒப்பந்த வளைகோடு: மற்ற நுகர்வோரின் சமநோக்குக் கோடுகளில் ஒன்றிற்குத் தொடுகோடாக ஒரு பெட்டி வரைபடத்தின் முனைகளில் ஒரு நுகர்வோரின் சமநோக்குக் கோடு இருப்பிடமாக இருக்கும்.

இவ் வதிகாரத்தின் முக்கிய ஆய்வுப் பொருள்கள் அதிகாரம் 8-ன் சுருக்கத்தில் சேர்க்கப்பட்டுள்ளது. ஏனெனில் அதனுடன் இது நெருக்கமாகச் சம்பந்தப்படுத்தப்படுகிறது.

8. விலைமுறை நடவடிக்கை

பொருளாதாரம் எப்படிச் செயல்படவேண்டுமென்று கடந்த அதிகாரம் தெளிவாக விளக்கியது. அது நுகர்வோர் இறைமையையும் ஆக்கத் திறமையையும், பங்கிட்டுத் திறமையையும் பின்பற்றவேண்டும். இவ் வதிகாரம் ஒரு குறிப்பிட்டவகைப் பொருளாதாரத்தைப்பற்றிக் கருதுகிறது. அதில் தனியார் வாணிபம், அளிப்பு, தேவை ஆகிய சக்திகளுக்கேற்ப உற்பத்தி செய்து பங்கீடு வேண்டுமென்பதாகும். ஒன்றோடொன்று கலந்துள்ள இரண்டு அளவில் அதைப்பற்றிப் பகுத்தளிக்கிறது. ஓர் அளவு கோட்பாட்டியலானது, ஒரு முழுமையாக இயங்கும் சுயேச்சைத் தொழில் துணிவு எப்படி இயங்குகிறது என்பதாகும். மற்றொன்று மிகவும் புலனுள்ளதாகவும் நெருக்கடியானதுமாகும். நமக்குள்ள நிறைவற்றமுறை எந்த அளவிற்கு அதன் கோட்பாடியலான பேறுகளைப் பெறுகிறது என்பதைப்பற்றிக் கருதுகிறது.

சிறப்பான சோதனையை ஒவ்வொன்றாக எடுத்து அச் சோதனையைத் திருப்திப்படுத்த விலைமுறையின் என்ன குணங்கள் உதவுகின்றனவென்றும், உண்மை உலகின் எந்த நோக்குகள் நிறைவான செயலைத் தடுக்கின்றன என்று கருதியும் சோதனை செய்து பார்க்கலாம்.

முதலில் பங்கீட்டுத் திறமையைப்பற்றிக் கருதுவோம். எந்த ஒரு நுகர்வோரும் பண்டமாற்றுமூலமோ அல்லது பரிவர்த்தனைமூலமோ ஒருவருக்கொருவர் மாற்றிப் பலன் அடைய முடியாதபடி பொருள்களைப் பங்கிடும் கோரிக்கையாகும் அது. அதன் பின்னர், ஆக்கத் திறமையைப் பற்றிக் கவனிப்போம். அது மற்ற சில பொருள்களைக் குறைக்காமல் ஒரு பொருளை அதிகமாக உற்பத்தி செய்ய முடியாதவாறு உற்பத்தியில் பயன்படுத்தப்படும் வளங்களை இயக்குவதாகும். மூன்றாவதாக நுகர்வோர் திறமையை எடுத்துக்கொள்வோம். அஃதாவது சமுதாய வளங்களினால் உற்பத்தி செய்யப்படும் பொருள்களும் பணிகளும் உற்பத்தி செய்யப்படும் எந்த ஒரு தொகுதியைப் போலும் நுகர்வோர்களுக்கு விரும்பக் கூடியதாய் இருக்குமென்பதாகும்.

ஒரு பொருத்தமான பொருளாதாரத்திற்கு வேண்டிய மற்ற கோரிக்கைகள் இந்த நூலின் நோக்கிற்கப்பாற்பட்டதாகையால் அவற்றை முழுதும் பார்க்க இயலாது. அவை சேர்ந்து திரளும் திறமையை அடக்கியுள்ளன. சமுதாயத்திற்குக் கிடைக்கும் எல்லா உற்பத்தி வளங்களையும் பயன்படுத்தப்பட வேண்டும் என்பதும், இயக்க நிலைத்திறமை என்ற, போதிய அளவு பொருளாதார வளர்ச்சிக்கு ஏற்படுத்தப்பட வேண்டும் என்ற கோரிக்கையுமாகும். இறுதிக் கோரிக்கையான நேர்மையைக் கடைசி அதிகாரத்தில் பார்க்கலாம்.

சந்தைகளும் திறமையான பங்கீடும்

சந்தைகள் எவ்வாறு பொருள்களின் திறமையான பங்கீட்டைப் பெறுகின்றன என்பதைப் பற்றிய கோட்பாடு ஒளிவு மறைவற்றதாக இருக்கிறது. அந்த நுணுக்க முறையைக் கடந்த அதிகாரத்தில் முதலில் கருத்தை அறிமுகப்படுத்தியபொழுது அதை அளித்தோம். சுருக்கமாகக் கூறினால், 5ஆம் அதிகாரத்தின் தத்துவங்களுக்கேற்ப, ஒவ்வொரு நுகர்வோரும் ஒவ்வொரு ஜோடிப் பொருள்களின் இறுதிநிலை விகிதப் பதிலீடு அவற்றின் விலைகளின் விகிதங்களுக்குச் சமமாக இருக்கும் படியாக அவரது வரவு செலவுப் பட்டியலைப் பிரிக்கிறார் என்பதாகும். இரு பொருள்கள் அதைத் தொடர்கின்றன. முதலாவதாக, எல்லா நுகர்வோர்களும் அதே விலைகளை எதிர்ப்படுவதால், ஒவ்வொரு ஜோடி பொருள்களுக்கும் ஒரு பொது, அல்லது சமுதாய, இறுதிநிலை விகிதப் பதிலீடு இருக்கிறது. இரண்டாவதாக, பொருள்களின் பங்கீடு தானாகவே திறமையானதாக இருக்கிறது. ஏனென்றால், எல்லா நுகர்வோர்களுக்கும் பொதுவான இறுதிநிலை விகிதப் பதிலீடு இந்த நோக்கத்திறமைக்குக் கட்டுப்பாடாக அமைகிறது.

இவ் விவாதம் அவ்வளவுதான். ஆனால், நமக்குள்ள இரு நிலைகளைப் பற்றிச் சந்தேகிப்பதில் அது நிலைக்கிறது. முதலாவதாக, எல்லா நுகர்வோர்களும் பொருள்களுக்கு அதே விலையைத்தான் கொடுக்கிறார்கள் என்று ஊகிக்கிறது. அஃது எப்போதும் உள்ள நிலைமையாகாது. அரசு துறைக் கிடங்குகள், மறுகழிவு இல்லங்கள், மெயில் கம்பெனிகள் முதலியன வேறுபடுத்த முடியாத பொருள்களுக்கு வெவ்வேறு விலைகளை விதிக்கின்றன. யூதப் பலசரக்குக் கடைகள் கண்காணிப்புச் சந்தைகளைவிட அதிகமாய் விதிக்கின்றன. அதைப் போலப் பல. ஆகையால், எல்லா நுகர்வோர்களுக்கும் இறுதிநிலை விகிதப் பதிலீடுகள் ஒரே மாதிரி இரா.

ஆனால், இம் மாறுபட்ட நிலைமை பல காரணங்களால் திறமையைப் பாதிக்காது என்று தோன்றுகிறது. முதலாவதாக, யூதக் கடைகளிலும்

மற்ற உள் நாட்டுக் கடைகளிலும் விதிக்கப்படும் உயர்ந்த விலைகள் பொதுவாக அவைகளே காலிபண்ணி விடுகின்றன. அருகில் உள்ள எல்லா விலைகளும் ஒரே விகிதாச்சாரத்தில் உயர்ந்தால் இறுதிநிலை விகிதப்பதிலீடுகள் அருகருகில் வசிப்பவர்களுக்கு எப்படியிருந் தாலும் இவ்வ பாதிக்கப்படமாட்டா. வருவாய்ச் சமத்துவம் கலைக்கப் படலாம். ஆனால், பங்கீட்டுத் திறமை அன்று.

இரண்டாவதாக, அரசுத் துறைகளும், மறுகழிவு இல்லங்கள் ரோகப் பொருள் கடைகள் முதலியன விதிக்கும் மாறுபட்ட விலைகள், நுகர்வோர்கள் எங்கும் வாங்கலாம் என்றிருக்கும்வரை, அவர்களின் இறுதி நிலையைச் சமப்படுத்துவதிலிருந்து நுகர்வோர்களைத் தடுக்க முடியாது. அதிக விலையுள்ள கடைகளில் வாங்கும் நுகர்வோர்களுக்குப் பல காரணங்கள் இருக்கலாம். பல கடைகளில் வாங்கப்படும் பொருள்கள் ஓரளவு மாறுபட்ட பொருள்களாக இருக்கின்றன. சில சமயங்களில் வெள்ளி மெழுகுபத்திகள் ஒரு மெல்லிய வலைப்பெட்டியில்[1] வரவேண்டுமென்பதைப்போல் இருக்கும். எப்படியானாலும், பல நுகர் வோர் எந்தக் கடையில் வாங்குவது என்பதைத் தேர்ந்து முடிவெடுக் கிறார்கள் என்பதால், ஒரே மாதிரிப் பொருள்களுக்கு விதிக்கப்படும் விலை வித்தியாசம் மிகவும் குறைவானதாக இருக்கும். பல நுகர்வோரால் கொடுக்கப்படும் உண்மையான விலைகள் வித்தியாசமான பொருள் களுக்கான அவர்களின் இறுதிநிலை விகிதப் பதிலீட்டைச் சமப்படுத்து வதிலிருந்து தடுக்க முடியாது.

பங்கீட்டில் திறமையற்றதன் மிகக் குறிப்பிடத்தக்க காரணங்கள் மற்ற தெளிவற்ற ஊகங்களுடன் அமைந்துள்ளன. அவை அவர்கள் வாங்கும் பொருள்களின் விலைகளின் விகிதங்களுக்குச் சமமாக அவர் களின் இறுதிநிலை விகிதப் பதிலீட்டை இருக்கும்படியாக நுகர்வோர், அவர்களின் பட்டியலை உண்மையில் விவரிக்கிறார்கள் என்பதாகும். அதிகாரம் 5-ல் நாம் ஆதரவு அளித்ததை எண்ணிப் பார்ப்போம். ஒரு கண்காணிப்பு அங்காடியில் ஒரு நுகர்வோர், முன்னர் வாங்கிய அதே முடிவுகளை ஞாபகத்தில் வைத்துப் பல சரக்குப் பொருள்களை எவ்வளவு வாங்கவேண்டும் என்று கற்பனை செய்தோம். அப்படிப் பட்ட முடிவுகளை எதிர்ப்படும்போது, ஓர் அனுபவம் வாய்ந்த நுகர்வோர், அவரது பட்டியலை எந்த ஒரு பொருளில் ஒரு கூடுதலான டாலரைச்

[1] இந்த ஆய்வுரை, மேலும் பார்க்க வேண்டியதில்லை. ஏனென்றால், ஒவ்வொரு விற்பனையாளரும் சர்வாதீனராய் இருக்கலாம். அங்குப் போட்டிச் சந்தை இருக்காது. விற்பனையாளர்கள் மற்றவர்களின் பொருள்களிலிருந்து வேறு படுத்திப் பொருள்களை அளிக்கிறார்கள் என்பது பல்வேறு விற்பனையாளர்கள் விதிக்கும் விலைகள் ஒன்றேயென்று இணைந்துள்ளன என்பதை விற்பனையாளர்கள் புறக்கணிக்கக்கூடாது. இருந்தாலும் அதற்குச் சில பொருள்கள் இருக்கின்றன.

செலவிடுவதால் கிடைக்கும் திருப்தியை மற்றொரு பொருளில் செல விட்டால் கிடைப்பதைப்போல் இருக்கும்படி பிரிப்பார் என்பதாகும். அப்படிப்பட்ட முடிவுகள் நுகர்ச்சிச் செலவுகளில் ஒரு பெரிய விகிதாச் சாரத்திற்குக் கணக்கிடப்படும் (எடுத்துக்காட்டாக, உணவு வாங்குதல் நுகர்வோரின் செலவில் சுமார் கால்பாகமுடையதாய் இருக்கும்).

ஆனால், அதைப்போல் இல்லாத பல பொருள்கள் மலிந்து கிடைக் கின்றன. திருமண மோதிரங்கள், சலவை இயந்திரங்கள் முதலிய பொருள்கள் மாறுபடும் அளவுகளில் வாங்கப்படுவதில்லை. மேலும் அப்படிப்பட்ட பொருள்களை அடிக்கடி வாங்குவதால், ஓர் உயர்ந்த சம நோக்குக்கோட்டை அடைய எவ்வளவு செலவிடவேண்டும் என்பதை அனுபவத்தின் மூலம் ஒரு நுகர்வோர் கற்றுக்கொள்ள முடியாது. ஆனால், எல்லாம் இழக்கப்படவில்லை. திருமண மோதிரம் முதலிய பொருள்களில் சில, வாழ்க்கையில் ஒரு முறைதான் வாங்கப்படு கின்றன. ஆகையால், பொருளாதாரத்திற்கு மிகச் சிறிய முக்கியத் துவம் வாய்ந்தனவாக உள்ளன. மேலும் ஒரு நுகர்வோர், ஓர் இறுதி நிலைத் தேர்வைப் பெற்றுள்ளார். திருமண மோதிரங்கள், சலவை இயந்திரங்கள் மற்றும் அப்படிப்பட்ட பொருள்கள் பல தரத்திலும் பருமன்களிலும் அளிக்கப்படுகின்றன. அவற்றில் சிலவற்றை நுகர் வோர் தேர்ந்தெடுக்கவேண்டும். அவர் வாங்கும் பொருளின் தரத்தின் இறுதிநிலை அதிகரிப்பு ஒரு கூடுதலான செலவை ஏற்படுத்தும். மலிவான ஒன்றிலிருந்து கிடைப்பதைப் போல் தகுதியுள்ளதாக இருப்ப தைத் தேர்ந்தெடுப்பார். இப்படியாக அவரது இறுதிநிலை விகிதப் பதிலீட்டின் அளவைக் காட்டிலும் தரத்தைச் சமப்படுத்தும்படியாக அமைப்பர்.

மேலும் அடிக்கடி வாங்கப்படாத பொருள்களில் நுகர்வோர் ஓர் அளவு பரிமாணத்தைத் (திருமண மோதிரங்கள் அல்ல) தேர்ந் தெடுப்பார். எந்த நேரத்திலும் மறைந்து கொண்டிருக்கும்படியான நைந்த சலவை இயந்திரங்களின், தொலைக்காட்சி தொகுதிகளின் எண்ணற்ற சொந்தக்காரர்கள் நேர்த்தியான நவீன இயந்திரங்களாக அவற்றை மாற்ற எண்ணிக்கொண்டிருப்பார்கள். விலையுடன் புதிய சாதனத்தை ஒப்பிட்டு முடிவை எடுப்பார்கள். அப்படி வாங்கு வோருக்கு மற்ற பொருள்களுக்காக எப்போதாவது வாங்கப்படும் பொருள்களின் இறுதிநிலை விகிதப் பதிலீடு விலைகளின் விகிதத்திற்குச் சமமாக இருக்கும். மேலும் ஒவ்வொருவருக்கும் ஆண்டுதோறும் வாங்கப்படும் எண்ணிக்கை அடிக்கடி வாங்கக்கூடிய, உழைக்கக் கூடிய, பொருள்களுக்கும் நீண்ட நாட்கள் உழைக்காத பெரிய அளவு களுக்குமுள்ள இறுதிநிலை விகிதப் பதிலீடு செலவுகளின் விகிதத் திற்குச் சமமாக இருக்கும்படியாக இருக்கும்.

இக் கருதல்களில் எதுவும் நுகர்வோரின் அனுபவப் பிரச்சினையை, அல்லது அடிக்கடி வாங்கப்படாத பொருள்களைப்பற்றிய அறியாமை முதலியவற்றைத் தணிக்காது. நுகர்வோர் ஒரு பொருளின் தன்மையின் உழைப்பைத் தீர்மானிக்க முடியாமலிருந்தால், மற்ற பொருள்களின் இறுதிநிலை விகிதப் பதிலீட்டைத் தீர்மானிக்க முடியாது. அதைப்போல் உயர்ந்த சமநோக்குக் கோட்டில் அவரது பட்டியலை வைக்கும்படி அதைச் செலவிட முடியாது. ஒரு சிறிய சகாப்தம் தவறான முடிவைக் குறிக்கும். ஒரு காலத்தில் உயர்ந்த அளவு பொருளாதார மயமான துறைக் கடை, அதன் வீட்டு மின் அயர்ன் பெட்டியை விற்கத் தீர்மானித்தது. ஒரு தேசிய உற்பத்தியாளரிடமிருந்து பெரிய இறக்குமதிக்கு உத்தரவு கொடுத்தது. அதன் சொந்தப் பெயர்ப் பலகையை இணைத்தது. தேசியக் குறியுள்ளவற்றின் விலையைவிட 50 சென்டுகள் குறைவான விலையை விதித்தது. அவை விற்கப்படவில்லை. நுகர்வோர்கள் தரத்தைத் தீர்மானிக்க முடியாமையால் 50 சென்டுகள் அதிகமாய்க் கொடுத்து நிச்சமாயிருக்க விரும்பினார்கள். ஆகையால், கடை அதன் பொருளின் விலையை 1 டாலராக உயர்த்தியது. பின்னர், மிக நேர்த்தியாக விற்றார்கள். நுகர்வோர்கள் மேலும் 50 சென்டுகள் கொடுக்க விரும்பினார்கள். ஏனென்றால், அஃது உயர்ந்த தரமுடைய பொருள் என்று நினைத்திருக்கவேண்டும்.

இப்படிப்பட்ட நடவடிக்கை அடிக்கடி வாங்கப்படாத பொருள்களுக்கு மட்டும் வரையறுக்கப்படவில்லை. நீ மலிவான வாயுவின் வகையை வாங்குகிறாயா? இல்லாவிட்டால் நீ வாங்கும் தரத்தின் விலை ஒரு காலனுக்கு 4 சென்டுகள் அதிகமாக இருக்கிறதென்பதைச் சோதித்துப்பார். பலர் அதைப்பற்றிக் கவலைப்படுவதில்லை.

நுகர்வோர் அறியாமையின் பாதகவிளைவுகள் இரண்டாகும் அவை திறமையான பங்கீட்டில் தலையிடுகின்றன. ஏனென்றால், எல்லா நுகர்வோர்களுக்கும் சமமாக இருப்பதிலிருந்து இறுதிநிலை விகிதப் பதிலீட்டைத் தடுக்கின்றன. மேலும் மற்ற பொருள்களுக்கான நிறுவனங்கள் உற்பத்தி செய்யும் பொருள்களின் இறுதிநிலை விகிதப் பதிலீடு, அவற்றின் விலை விகிதாச்சாரங்களைவிட அதிகமாய் இருப்பதை அனுமதிப்பதன்மூலம் நுகர்வோர் இறைமையின் இயக்கத்துடன் தலையிடுகிறது. ஏமாற்றல்களின் அல்லது கற்பனைத் திருப்திகளின் உற்பத்தியில் வளங்கள் விரயமாக்கப்படுகின்றன.

நுகர்வோர் அறியாமைக்கான குணம் தகவல்தான், அவை நுகர்வோர் அறிக்கை, மிகத்தெளிவான தரக் குறியீடு, அரசாங்கம் மற்றும் ஆராய்ச்சி நிலையங்களின் ஆராய்ச்சியின் முடிவுகளைப்

பரப்புவது போன்ற விளம்பரங்கள் ஆகும். உற்பத்தியாளர்கள் ஒரே மாதிரியாக இம் முயற்சிகளைத் தடை செய்துள்ளார்கள், நுகர்வோர்கள் அப்படிச் செய்திகளில் ஆர்வம் காட்டுவதில்லை என்றும் வாதிட்டார்கள் (லைஃப் (LIFE) பத்திரிகையில் ஒரு விளம்பரம் நுகர்வோர் அறிக்கையின் மதிப்பீட்டைக் காட்டிலும் அதிகமாகப் பிரசுரமாகிறது). ஆனால், நாம் நுகர்வோர் இறைமையை மீறி, மற்ற மீறுதல்களைக் குறைக்கும்பொருட்டு நுகர்வோரின்மீது தகவல்களைத் திணிப்பதால் பொருளாதாரம் மிகத் திறமையாக இயங்கும் ஒரு நிலையைப் பார்க்கலாம். எடுத்துக்காட்டாக, சில பொருள்களின் விளம்பரத்தை அதே பொருள்களின் மதிப்பைச் சமப்படுத்த விளம்பரங்களை ஒலி பரப்பும் உரிமை பெற்ற தொலைக்காட்சி நிலையங்கள் நமக்குத் தேவைப்படும்.

நுகர்வோரின் தேர்ச்சியற்ற தன்மை போட்டிச் சந்தைகள்மூலம் திறமையான பங்கீட்டை அடைவதற்கு மிகவும் மோசமான தொல்லையை உடையதென்று தோன்றுகிறது. நுகர்வோர்கள் விரும்பும் நம்பக்கூடிய சார்பற்ற தகவல்களைச் சந்தைகள் தாமாகவே அளியா. நுகர்வோர் வாங்கும் ஆயிரக்கணக்கான பொருள்களைப்பற்றி அறிய விரும்புவது புத்திசாலித்தனமான செயலும் ஆகாது. மனச்சாட்சியுள்ள சில்லரை விற்பனையாளர்கள் தகவல் குறைவைப்போக்க நுகர்வோர்களுக்கு உதவலாம். ஆனால், சில்லரை விற்பனையாளரும் விளம்பர முறையின்மூலம் தகவல்களைப் பெறுவதை அதிகாரம் 6-ல் பார்த்தோம். அடிப்படையில் நுகர்வோர் அறியாமையைக் குணப்படுத்த முடியாது என்றாலும், அதை மட்டுப்படுத்தலாம். எப்படியென்றால், விளம்பரக்காரர்களை உண்மையான முழுத்தகவல்களைக் கொடுக்கும்படி அவர்களைத் தயார் பண்ணலாம்.

இங்கு விவரித்ததைப்போல் சில சமயங்களில் சமுதாயம் வேண்டுமென்றே பங்கீட்டுத் திறமையில் தலையிடுகிறது. சிலரை அவர்கள் இஷ்டபடி நடக்க விட்டால், இருப்பதைவிடப் புத்திசாலித்தனமாகப் பட்டியலைச் செலவிடக் கட்டாயப்படுத்துவதன்மூலம் திறமையை விருத்தி செய்வதுதான் நோக்கமாகும். குறைந்த வருவாயுள்ள குடும்பங்களால் வாங்கப்படும் சில உணவுகளுக்கு உதவித் தொகை அளிக்கும் உணவு முத்திரைமுறை இதற்கு ஒரு நூதனமான உதாரணமாகும். உதவித் தொகையைப் பெற்ற குறைந்த வருவாயுள்ள வீடுகள் மற்றென்று. இதிலும் மற்றவற்றிலும் மற்றவர்களைக் காட்டிலும் மிகவும் குறைவான விலைகளில் குறிக்கப்பட்ட பொருள்களை உரியவர்கள் வாங்கக் கடமைப்பட்டுள்ளார்கள். இது பங்கீட்டுத் திறமைக் கோட்பாட்டை மீறும் செயலாகும். அவர்கள் விரும்புவதைக் காட்டிலும்

மற்றவர்கள் அதிகமாய் மதிப்புடையதாய்க் கருதும் பொருள்களை வாங்க அவர்கள் தூண்டப்படுகிறார்கள். அஃதாவது அதை வாங்க அவர்கள் மிகவும் ஆசைப்படவில்லை என்பதாகும்.

அதன் பயனான திருப்தி கோட்பாட்டைக் காட்டிலும் அதிக மானதாய் இருக்கிறது. தகுதியான வருவாய் உடையவர்களைவிட ஓரளவு உயர்ந்த குடும்பங்கள் பொது வீட்டுத் திட்டங்களிலிருந்து ஒதுக்கப்படுவதாகப் புகார் செய்கின்றன. ஆனால், வாய்ப்புள்ள குடும்பங்கள் அத் திட்டங்களில் வாழ விரும்புவதில்லை. உதவித்தொகையை அவர்கள் விரும்பும் வழியில் செலவுசெய்யப் பணமாக விரும்புகிறார்கள்.

நுகர்வோர்களைத் திருப்திப்படுத்த வேண்டும் என்ற ஒரு பொருளாதாரத்தில் அப்படிப்பட்ட தலையீடுகளை விரும்பவில்லை என்பது தெளிவாகிறது. அதற்குக் காரணம் தந்தைவழிப்பட்டதாகவும் புறவியலான[1] தாகவும் இருக்கிறது. சமூகம் முழுவதும் நிவாரண நிதிகளை மேல்நோக்கும் உரிமையைப் பெற்றுள்ளது என்பதும், அதன்மூலம் பணம் விரயமாக்கப்படமாட்டாது என்பதும் தந்தைவழிப்பட்ட காரணமுமாகும். போதிய சத்துள்ள உணவிற்கும் குழந்தைகளைப் பராமரிக்கும் இல்லங்களுக்கும் செலவிடப்படவேண்டுமென்பது முக்கியமாக உள்ளது. ஆக, குழந்தைகளின் காப்பாளராக இருக்கும் சமூகத் தேர்வுகள் தேவையான நுகர்வோர்களின் தேர்வுகளில் முற்கோளை எடுத்துக்கொள்கிறது. அதற்கு எதிரான வாதம் என்னவென்றால், ஏழ்மையான தாய்மார்களும் அவர்களுடைய குழந்தைகளின் தேவையை அறிந்துள்ளார்கள் என்பதும், ஏழைகளும் நுகர்வோர் இறைமையைப் பெற்றிருக்க வேண்டுமென்பதுமாகும். இரு நிலைகளும் தகுதியுடையனவாய் இருக்கின்றன. விரும்பாதவர்களை வாங்கத் தூண்டுபவர்களைச் சார்ந்துள்ளது அதை மெய்ப்பிக்க வேண்டிய பணி, இப் பாரம் அதற்குத் தகுந்த நிர்வாகப் பாரத்திற்கும் மனக் கசப்பிற்கும் சரிப்படுத்தப் போதிய விளைவான மேற்பார்வை முறையைக் காட்டுவதில் அடங்கியுள்ளது. துரதிர்ஷ்டவசமாகச் செலவுகளைக் கட்டுப்படுத்தும் பல திட்டங்கள் கவனமாகப் பரப்பப்படுவதில்லை. அவற்றின் விளைவுகளைப்பற்றிய நமது செய்தி அரைகுறையாகவும் நிச்சயமற்றனவாகவும் உள்ளன.

நிவாரண அளிப்புகளின் வழிகாட்டும் செலவுக்கான வெளிப்புற நியாயம் என்பது, தரக்குறைவான வீடு, நல்லமுறையில் வளர்க்கப்படாத குழந்தைகள் முதலியன சமூக விரோதிகளையும் தீய நடத்தை

1 சில நேரங்களில் மற்ற கருத்துக்களும் உண்டு. ஒரு குறிப்பிடத்தக்க நோக்கம், உணவு முத்திரை முறையைப் பற்றியது என்னவென்றால், பண்ணைப் பொருள்களுக்கான தேவை பலப்படுத்துகிறதாகும். மற்ற முறைகள் செய்வதைப் போல் பண்ணை உற்பத்தியை அதிகரித்து நுகர்வோர் இறைமையைக் கெடுக்கிறது

யையும் ஏற்படுத்தும். அது சமூகத்திற்கு ஒரு பாரமாக அமையும். அப்படிப்பட்ட நிலைமைகள் இருக்கும் சமூகங்கள் சமூக நோய்க் குணங்களின் நோய்க்குறியைக் காட்டுகின்றன. ஆனால், காரணத்திற்கும் விளைவிற்குமுள்ள தொடர்பு புரியாததாக இருக்கிறது. குடிசை இருப்பைப்பற்றிய சில விவரங்களை அறிய எடுத்துக்கொண்ட சில முயற்சிகள் முடிவடையவில்லை. மொத்தத்தில் பங்கீட்டுத் திறமையிலிருந்து விலகிச் செல்லும் நிலை பலவீனமாய் இருக்கிறது. இதனால்தான் பொருளியல் அறிஞர்கள், உத்திரவாதமுள்ள குறைந்த வருவாய்களை அல்லது எதிர்மாறான வருவாய் வரிகளைப்போன்று நல, நிவாரண அளிப்புகளிலிருந்து எல்லாக் கட்டுப்பாடுகளும் நீக்கப்படவேண்டுமென்று பெரும்பாலும் ஆதரிக்கிறார்கள்.

சந்தைகளும் ஆக்கத் திறமையும்

ஒரு திறமையான பொருளாதாரத்திற்கு ஆக்கத் திறமை இரண்டாவது பெரிதான சோதனையாக இருக்கிறது. முதலில், ஒவ்வொரு நிறுவனமும் அல்லது தொழில்துணிவும் அது பயன்படுத்தும் வளங்களைத் தொழில் நுணுக்கத்தில் முடிந்த அளவு உற்பத்தி செய்ய வேண்டும். இரண்டாவது, நிறுவனங்களுக்குப் பிரிக்கப்படும் வளங்கள், ஒரு நிறுவனத்திலிருந்து மற்றொன்றிற்கு வளங்களை மாற்றப்படுவதன் மூலம் மற்றவற்றின் உற்பத்தியைக் குறைக்காமல் சில பொருள்களின் உற்பத்தியை அதிகரிக்க முடியாதவாறு இருக்கவேண்டுமென்பதாகும். இரண்டாவது மிகவும் நுட்பமான நோக்கமாகும், ஆகையால் முதலில் மற்றவற்றைப்பற்றிப் பார்க்கலாம்.

அதிகாரம் 3, 4 ஆகியவற்றின் தத்துவப்படி ஒவ்வொரு நிறுவனமும் அதன் செலவுகளைக் குறைப்பதற்கு முயலுகிறது. அதன் நிகழும் உற்பத்தியை மிகவும் குறைந்த செலவில் உற்பத்தி செய்ய முடியும்பொழுது அது பயன்படுத்தும் வளங்களால் அடையக்கூடிய பெரிதான உற்பத்தியை உற்பத்தி செய்துகொண்டிருக்கும். மாறாகக் கூறினால், கொடுக்கப்பட்ட உற்பத்தியை மிகவும் குறைந்த செலவில் உற்பத்தி செய்வதென்பதும், பேரளவு முடிந்த உற்பத்தியைக் கொடுக்கப்பட்ட வளங்களினால் உற்பத்தி செய்வதென்பதும் ஒரே பிரச்சினையை இரண்டு வழிகளில் நோக்குவது என்று கூறலாம். இவ்வற்புறுத்தலின் சான்று அமைப்பிலும் ஆர்வத்திலும் கணித நோக்குடையதாய் இருக்கிறது. ஒரு நிறுவனம் அதன் உற்பத்தியை அதிகரிக்க, அதன் வளங்களின் பயனை அதிகப்படுத்தாமல் இருக்க வேண்டுமானால், அந்த நிறுவனம் அதன் அப்போதைய உற்பத்தியை மிகவும் மலிவாக உற்பத்தி செய்ய முடியாது என்பதைக் காட்டலாம்.

ஒரு நிறுவனம் தொழில் நுணுக்க முறையை மாற்றி, வளத்தை அதிகப்படுத்தாமல் அதன் உற்பத்தியை x அலகுகளாவும், அப்படிச் செய்தால் அதன் இறுதிநிலைச் செலவு c ஆகவும் இருக்கும் என்றும் வைத்துக் கொள்ளலாம். அப்படியானால், நிறுவனம் இரண்டை ஒரே நேரத்தில் செய்து முடிக்கலாம். முதலாவதாக, விருத்தி செய்யப்பட்ட முறையில் அதன் உற்பத்தியை மொத்தச் செலவை மாற்றாமல் x அலகுகளை உற்பத்தி செய்யலாம், இரண்டாவதாக, அஃது அதன் உற்பத்தி வீதத்தைக் குறைத்து, அதன் முன்னைய உற்பத்தியைச் செய்து செலவில் cx ஐ மிச்சப் படுத்தலாம். அப்படியாக அதன் உற்பத்தியை அதிகரிக்கும் வாய்ப்பைப் பெற்ற ஒரு நிறுவனம் குறைவான செலவில் உற்பத்தி செய்து கொண்டிருக்க முடியாது. அதற்கு எதிர்மாறாக, ஒரு நிறுவனம் குறைவான செலவில் உற்பத்தி செய்து கொண்டிருந்தால், அதிகமான வளங்களைப் பயன்படுத்தாமல் அதன் உற்பத்தியை அதிகரிக்கும் வழியைப் பெற்றிருக்க முடியாது.

தனிப்பட்ட நிறுவனங்கள் செலவைக் குறைக்கும் முயற்சியில் அவர்களுக்குக் கிடைக்கும் வளங்களைத் திறமையாகப் பயன்படுத்து கின்றன. இப்போது ஆக்கத் திறமையின் இரண்டாவது கூறைக் கவனிப்போம். தேவை என்னவென்றால், பொருளாதாரம் முழுவதும் சில பொருள்களின் உற்பத்தியைக் குறைக்காமல் ஒரு பொருளின் உற்பத்தியை அதிகரிக்க ஒரு நிறுவனத்திலிருந்து மற்றொரு நிறுவனத் திற்கு மாற்றுவதன்மூலம் முடியும் என்பதாகும். எதிர்ப்படும் பிரச்சினை யைப் பின்வருமாறு கூறலாம். ஒரு போட்டிப் பொருளாதாரம் முழுச் சமநிலையை அடைந்து விட்டதாக வைத்துக்கொள்வோம். ஒவ்வொரு நிறுவனமும் மற்ற நிறுவனங்கள் பயன்படுத்தும் வளங்களுக்குக் கொடுப்பதைப்போல், அதன் லாபங்களையும் அதிகரித்து ஒரே கூலியை அல்லது வாடகையைச் செலுத்துகிறது, எல்லாவற்றையும் அறிகின்ற சக்தியைப் பெற்ற பொருளாதாரத் திட்டமிடுபவரால், ஒரு நிறுவனத்திலிருந்து மற்றொரு நிறுவனத்திற்கு மாற்றி, ஒன்றன் உற்பத்தியைக் குறைக்காமல் பொருளாதாரத்தின் உற்பத்தியை அதிகரிக்க முடியுமா? இது முடியாதென்றும், போட்டி நிலைமைகளில் இயங்கும் வணிகர்கள் ஓர் உயர்ந்த திறமையானபொருளாதாரத் திட்ட மிடுபவர் அடைவதைப்போல் ஓர் உயர்ந்த அளவு உற்பத்தியை அடைய முடியும் என்பதைக் காட்டலாம்.

நமது விவாதம் இரு செய்திகளைச் சார்ந்துள்ளது (காட்டப்பட வேண்டியிருக்கிறது); (a) வணிகர்கள் தனிமையாக அவர்களின் லாபங்களை உச்சப்படுத்தி, பொதுவான கூலியையும் வாடகையையும் அவர்கள் பயன்படுத்தும் ஒவ்வொரு வளங்களுக்கும் செலுத்தும்

பொழுது, அவ் வளங்களின்மூலம் உற்பத்தி செய்யக்கூடிய உயர்ந்த அளவு மதிப்புடைய பொருள்களைச் சேர்த்து உற்பத்தி செய்கிறார்கள் என்னலாம். (b) ஒரு பொருளாதாரம் கொடுக்கப்பட்ட விலையில் உயர்ந்த அளவு மொத்த மதிப்பைப் பெற்றிருக்கும் பொருள்களை உற்பத்தி செய்தால், அதன் ஆக்கச் சாத்திய எல்லையின்மேல் ஒரு முனையில் இயங்கிக்கொண்டிருக்கும். இவ் விரண்டு செய்திகளும் வணிகர்கள் அவர்களின் தனி லாபத்தை உச்சப் படுத்துவதில் வெற்றி பெறும்போது, பொருளாதார ஆக்கச் சாத்திய எல்லையில் பொருள்களின் கூட்டை உற்பத்தி செய்வதில் வெற்றியடைவார்கள் என்று காட்டுகிறது. அஃது ஆக்கத் திறமையை உத்தரவாதப்படுத்துகிறது.

அதிகாரம் 3—4-லிருந்து தருவிக்கப்பட்ட தத்துவங்களிலிருந்து, தொடர்கிறது. (a)முதலில், சந்தை விலைகளின் தூண்டுதலால், ஒவ்வொரு நிறுவனமும் அது பயன்படுத்தும் வளங்களை மிகவும் மதிப்பு வாய்ந்த உற்பத்தியாக உற்பத்தி செய்கிறது. இரண்டாவதாக, ஒரு நிறுவனத்திலிருந்து மற்றொன்றிற்கு ஆக்கக் காரணிகளில் சில மறு அளிப்பின்மூலம் மொத்த உற்பத்தியை அதிகரிக்க முடியும் என்பதைக் கருதவேண்டும். ஒரு காரணிக்குச் செலுத்தப்பட்ட கூலியை அல்லது வாடகையைச் செலுத்துவது அதன் இறுதிநிலை உற்பத்தியின் மதிப்பிற்குச் சமமாக இருக்கும் என்பதை நினைவுப்படுத்திக்கொள்க. அஃதாவது, அதன் கொடுக்கும் மதிப்பிற்கு அதைப் பயன்படுத்தும் நிறுவனத்தின் உற்பத்திக்குச் சமமாக, ஒரு நிறுவனத்திலிருந்து மற்றொன்றிற்குச் சில காரணியின் ஓர் அலகை மாற்றினால் இரு பொருள்கள் அதன் பயனாக நிகழும். இழக்கப்பட்ட காரணியை உற்பத்தி செய்யும்நிறுவனத்தின் மதிப்புக்கூலி, வாடகைக்குச் சமமான தொகையை இழக்கும். அதே சமயத்தில் அதைப் பெறும் நிறுவனத்தால் உற்பத்தி செய்யப்படுவதன் மதிப்பு அதே அளவில் அதிகரிக்கும். இரு மாற்றங்களும் ஒன்றை ஒன்று காலி செய்துவிடும். பொருளாதாரத்தால் உற்பத்தி செய்யப்படும் பொருள்களின் மொத்த மதிப்பு அதிகரிக்காது. ஆகையால், எந்த ஒரு மறு பங்கீடும் ஒரு பொருளாதாரத்தின்உற்பத்தியின் மதிப்பை அதிகரிக்க முடியாது. எப்போதென்றால், (1) ஒவ்வொரு நிறுவனமும் சில விலைகளில் அதன் லாபங்களை உச்சப்படுத்திக் கொண்டிருந்தால் (2) மற்ற நிறுவனங்கள் செய்வதைப்போல் ஒவ்வொரு நிறுவனமும் கொடுக்கப்பட்ட வளத்தைப் பயன்படுத்தி அதே கூலியை அல்லது வாடகையைச் செலுத்தினால் சரி.

(b) செய்தி ஆக்கச் சாத்திய எல்லையின் விளக்கத்தின் ஒரு விளைவாக இருக்கும். ஒரு பொருளாதாரம், அதன் ஆக்கச் சாத்திய எல்லைமேல் இல்லாவிட்டால், அதன் ஆக்க நடவடிக்கைகளில் சில மாற்று அமைப்புகள் இருக்கும். அதன் வளங்களின் பயன் மற்ற

பொருள்களின் உற்பத்தியைக் குறைக்காமல் சில பொருள்களின் உற்பத்தியை அதிகரிக்கும். ஆனால் அப்படிப்பட்ட ஒரு மறு தயாரிப்பு, அதன் உற்பத்தியின் மொத்த மதிப்பை அதிகரிக்கும். அஃதாவது ஒரு பொருளாதாரம், அதன் ஆக்கச் சாத்திய எல்லையின்மேல் இல்லா விட்டால் அதன் உற்பத்தியின் மதிப்பை அதிகரிக்கலாம். எதிரிடை யாக, அதன் உற்பத்தியின் மதிப்பு அதிகரிக்கப்படாவிட்டால், ஏற் கெனவே அஃது அதன் ஆக்கச் சாத்திய எல்லையின்மேல் இருக்கும்.

இது சான்றை[1] முடிக்கிறது. போட்டிச் சந்தைகள் வணிகர்களைக் கொடுக்கப்பட்ட வளங்களுடன் முடியுமான மதிப்பை உற்பத்தி செய்யத் தூண்டுகிறது. இப்படிச் செய்யும்பொழுது, அவர்கள் முடிந்த அளவு பொருள்களை உற்பத்தி செய்துகொண்டிருக்கிறார்கள். இத் தருவிப்பின் பொருள் அளவுகளுக்கும் பண மதிப்புகளுக்குமுள்ள நெருங்கிய தொடர்பு குறிப்பிட்ட கவனிப்பைத் தூண்டுகிறது. வணிகர்கள் அவர்களுடைய வருவாயையும் செலவுகளையும் பணத்தில் மதிப்பிட ஆர்வம் காட்டுகிறார்கள். ஆனால், சமூகம் உற்பத்தி செய்யப்பட்ட பொருள்களின் அளவையும் பயன்படுத்தப்பட்ட வளங் களையும்பற்றிக் கவலைப்படுகிறது. இருந்தாலும், போட்டிச் சந்தைகள் ஆக்கச் சாத்திய எல்லையின்மேல் பொருள்களின் அளவை உற்பத்தி செய்யத் தூண்டப்படும் ஒரு வழியில் இயங்கும். பண மதிப்பிலிருந்து பொருள் அளவுகளுக்கான மாற்றம் நமது ஆய்விற்கு அத்தியாவசியம். அதைப்போல ஒரு சந்தைச் சார்பான பொருளாதாரத்தின் திறமை யான இயக்கத்திற்கும் அஃது அவசியமாகும்.

இந்தப் புலனாகாத விவாதத்தை ஓர் எளிய விளக்கத்திற்குப் பொருத்தித் தெளிவாக்கலாம். இந்த நோக்கத்திற்கு, அட்டவணை 7—1-ல் உள்ள ராபின்சன் குரூசோவின் நுணுக்க விவரங்களைப் பயன்படுத்துவோம். ஆனால், இப்போது நிலம் பல நிலக்கிழார்களால் சொந்தமாக்கப்பட்டுப் பல போட்டிக் கோதுமை உற்பத்தி நிறுவனங் களாலும் சாராய உற்பத்தியாலும் கோதுமையும் சாராயமும் உற்பத்தி செய்யப்படுகின்றன. எவரும் தீவின் ஆக்கச் சாத்திய எல்லையைப்

[1] போட்டிச் சந்தைகள் ஒரு பொருளாதாரத்தை அதன் ஆக்கச் சாத்திய எல்லைக்கு எடுத்துச் செல்லுகிறது என்ற விளக்கம் பிரயோஜனமானதாக இல்லை. அதன் ஒரு குறை: எந்த ஒரு மாற்றமும் ஒரு பொருளாதாரத்தின் உற்பத்தியை அதிகாரிக்காது என்றும், எந்தத் தொகுதியும் அல்லது மாற்றமும் அப்படிச் செய்யாது என்றும் பார்த்தோம். இச் சிக்கல், சான்றை வேண்டி நிற்கிறது. விளக்கச் சான்று சரிசம வளைகோடுகளின் சொத்துகளையும் அதிகாரம் 4—ல் விளக்கப்பட்ட ஆக்கப்பணிகளையும் சார்ந்துள்ளது.

விலைகளுக்கும் ஆக்கத் திறமைக்கும் உள்ள தொடர்பின் போதிய சாதனைகள் மிகவும் கடினமானவை. முழுவிவரத்திற்கு ராபர்ட் டோர்வ்மேனின் இப் பகுதியில் 'விலைமுறையில்' அதிகாரம் 5—ல் பார்க்கலாம். அதற்குமேல் வேண்டுமானால் ராபர்ட் டோர்வ்மேன், பி. ஏ. சாமுவேல்சன், ஆர். எம். சோலோ அவர்களின் லீனியர் புரோகிராமிங், பொருளாதார அய்வு, அதிகாரம்—13ஐப் பார்.

பற்றி அறிய விரும்பவில்லை. ஆனால், ஒவ்வொரு நிறுவனமும் அதன் ஆக்கச் சாத்தியங்களை அறிந்துள்ளது. அஃதாவது அதன் சொந்த ஆக்கப் பணியை ஆக்க விவரம் 3-வது 4-வது கட்டங்களில், அட்டவணை 7—1-ல் கொடுக்கப்பட்டுள்ளது.

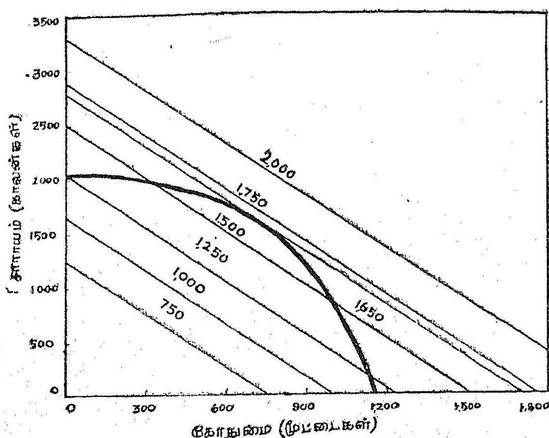
இப்போது ஒரு காலன் சாராயம் 60 டாலர் என்றும், ஒரு மூட்டைக் கோதுமை 1 டாலர் என்றும் வைத்துக்கொள்வோம். ஒரு சாராயக் கிடங்கு, 18 டாலர் மதிப்புடைய உற்பத்தியை முதல்வகை நிலத்தில் செய்யும். ஆனால் கோதுமை உற்பத்தியாளர், 3 டாலர் மதிப்புடையதைச் செய்வார். சாராயக் கிடங்குகளையுடையவர்கள், நிலத்தை வாடகைக்கு விடலாம். அவர்கள் ஓர் ஏக்கருக்கு 18 டாலர் கொடுக்க வேண்டியிருக்கும். ஏனென்றால், சந்தையில் ஓர் ஏக்கர் வைக்கப்பட்டால், சில சாராயக்காரர்கள் 17.95 டாலர் கொடுக்க விரும்பலாம்.

மறு கோடியில், கோதுமை உற்பத்தியாளருக்கு 4-வது வகை நிலம் 18 டாலர் மதிப்புடையதாகவும், ஒரு சாராயக்காரருக்கு 3 டாலர் மதிப்புடையதாகவும் இருக்கும். எல்லா நிலமும் கோதுமை உற்பத்திக்கு விடப்படும். அதே முறையில் 1வது, 2வது, 3வது வகை நிலங்கள் சாராயத்திற்குப் பயன்படுத்தப்படும். 5வது, 6வது வகை நிலங்கள் கோதுமைக்குப் பயன்படுத்தப்படும். நான்காவதுவகை எந்த உற்பத்தியிலும் 12 டாலர் மதிப்பை உற்பத்தி செய்யும். அதனால், அஃது அவற்றுக்காகப் பிரிக்கப்படும். இம் முறையான பங்கீடு ஆக்கச் சாத்திய எல்லையின்மேல் இருக்கிறதென்று ஏற்கெனவே நமக்குத் தெரியும். எவரும் குறிப்பாக அந்த எல்லையைக் குறி பார்க்கவில்லை. ஆனால், மிக அதிகமான மதிப்பை உற்பத்தி செய்யும் பயன்களுக்கு வளங்களின் பங்கீடு அங்குத் தானாகவே பொருளாதாரத்தை இழுத்துச் சென்றது.

அதே நுட்பமுறை மிகவும் பொதுவான, சிக்கலான சூழ்நிலைகளில் இயங்குகிறது. ஏராளமாக இருக்கும் அதன் பொருளின் மதிப்பைப் பெற்ற ஒரு நிறுவனத்தால் ஒவ்வொரு வளமும் பயன்படுத்தப்படும், சமூகத்தின் உற்பத்தி ஆக்கச் சாத்திய எல்லையின்மேல் இருக்கப் போதியதாக இருக்கும். அஃதாவது ஆக்கத் திறமைக்கான நிலைமை.

ஒரு பொருளாதாரத்தால் உற்பத்தி செய்யப்படும் பொருள்களின் பண மதிப்பை ஏன் உச்சப்படுத்த வேண்டுமென்று ஆக்கச் சாத்திய எல்லையின் ஒரு முனையை அடைவதை வரைபடம் 8—1 கோட்டுப் படமாகக் காட்டுகிறது. மேலும் பளுவாக்கப்பட்ட சில கோடுகளுடன் ராபின்சன் குருசோவின் ஆக்கச் சாத்திய எல்லையின் மெதுவான பகுதியை அப் படம் அடக்கியுள்ளது. அதன் ஒவ்வொன்றிலும் பொருளின் மதிப்பு, ஒரு மூட்டைக் கோதுமையின் விலை 1 டாலராகவும்

ஒரு காலன் சாராயத்தின்[1] விலை 60 டாலராகவும் மாருமலிருக்கும். உற்பத்தியின் தொகுப்பு 1,650 டாலர் மதிப்புள்ளதாக இருக்கும் கோட்டிற்குத் தொடுகோடாகவும் ஆக்கச் சாத்திய எல்லையைத் தொடக்கூடியதாகவும் இருக்கும் இடத்தில் பொருளின் மதிப்பு பேரளவாக நிகழ்கிறது. விலைகளின் மற்றேர் அணிக்கான மாரு மதிப்புள்ள கோடுகளை வரைந்திருந்தால், அதுபோன்ற முடிவைப் பெற்றிருப்போம். அஃதாவது மிகவும் அதிகமான மதிப்பு ஆக்கச் சாத்திய எல்லையின் சில முனைக்குப் பொருத்தமாக இருக்கும்.



வரைபடம் 8—1

ஆக்கச் சாத்திய எல்லையும் மாரு மதிப்பு உற்பத்தியின் கோடுகளும்: விலைகள் அங்கிருந்தால், ஆக்கச் சாத்திய எல்லையின் சிறந்த முனை பொருளின் மொத்த மதிப்பை உச்சப்படுத்துகிறது.

போட்டிச் சந்தைகள் உற்பத்தியின் திறமையான அமைப்பை நோக்கி ஒரு பொருளாதாரத்தைச் செயற்படுத்துகிறதென்ற நமது முடிவு, ஒரு மிகவும் கோட்பாட்டுமயமான விவாதத்தை ஆதாரமாகக் கொண்டிருக்கிறது. நிச்சயமாகக் கூறினல், சான்று விளக்கத்தின் எல்லா அடிக்கோள்களையும் திருப்திப்படுத்தும் ஒரு பொருளாதாரத்திற்கு அது பொருந்துகிறது. இவை பிற்காணும் வைகங்களை அடக்குகிறது : எல்லாச் சந்தைகளும் போட்டித் தன்மை வாய்ந்தவை.

1 இக் கோடுகளுக்கான சூத்திரம்:

1x கோதுமை மூட்டைகள் + .60x சாராயக் காலன்கள் = பொருளின் மொத்த மதிப்பு.

வளங்கள், பொருள்களின் நிகழ்விலைகளுக்குத்தக்க அவற்றின் லாபங்களை எல்லா நிறுவனங்களும் உச்சப்படுத்துகின்றன. பொருளாதாரம் முழுவதும் சமநிலை அடையப்படுகிறது. வாணிப நடவடிக்கையின் வெளிப்புற விளைவுகள் இல்லை. அதனால் பொருளாதார திறமையைப் பாதிக்கும் ஆக்கத்தின் எல்லா விளைவுகளையும் வணிகர்கள் கணக்கிடுகிறார்கள். சமநிலை அடையப்படுகிறது. நிகழும் விலைக்கேற்ப நிறுவனங்கள் முடிவு எடுக்கின்றன என்ற எடுகோள்கள், குறிக்கோள் வடிவான பொருளாதாரத்திற்கு அசையா ஒரு நேரமற்ற குணத்தையும் தெரிவிக்கிறது. முடியுமான எதிர்கால மாற்றங்களுக்கு வணிகர்கள் அனுமதிக்கும் ஒன்றாகவும், ஒரு தடவை அடைந்த சமநிலை நிச்சயமற்று நிலைக்கிறது என்பதிலும் அஃது இருக்கிறது.

இந்த எல்லா எடுகோள்களும் உண்மையான பொருளாதாரங்களின் குணங்களுடன் வேறுபாடுகளில் பரவலாக இருக்கின்றன. அவற்றில் சில்லோர் முற்றுரிமையான, முற்றுரிமையான நடைமுறைகள் மிகுதியானவையாக இருக்கின்றன. எந்த நிறுவனமும் அவற்றின் உற்பத்திகளை உணரக்கூடிய குறைந்த செலவுகளைத் தத்துவப்படி உற்பத்தி செய்ய முடியாது. சில நிறுவனங்கள் தனியாகப் பேரளவு லாபத்தை[1] ஏற்படுத்த அர்ப்பணிக்கின்றன. சமநிலையை அடைய முழுமுயற்சி எடுக்கப்படுகிறது. ஆனால், அடைய முடிவதில்லை; ஆக்கத்திலிருந்து விளையும் பல வெளிப்புறச் செலவுகளும் நன்மைகளும் பொறுப்புள்ள நிறுவனங்களால் புறக்கணிக்கப்படுகின்றன. இறுதியாக உண்மையான பொருளாதாரங்கள் அசையாமல் இல்லை. வணிகர்கள் அவர்களின் பெரும் முயற்சியைத் தயாரிக்க விலைகளின் தேவை நிலமைகளில், உற்பத்தி நுணுக்கமுறையில் அவர்கள் எதிர்பார்க்கும் மாற்றங்களுக்குச் செலவிடுகிறார்கள்.

அப்படியானால், ஒரு கவனக்குறைவான விவாதத்தை ஆதாரமாகக் கொண்ட ஒரு கண்டு பிடிப்பு அறியப்பட்டதன் தனிச்சிறப்பு என்ன? போட்டி, சந்தைகள் கட்டுப்படுத்தும் நிலைமைகளுக்கு ஆக்கத்திறமைக்கு எடுத்துச் செல்கிறது. நம்மை ஊகிக்க வற்புறுத்திய போட்டிச் சந்தைகள் உண்மையான நிறைவற்ற பொருளாதாரத்தில் அதே விளைவைப் பெற்றிருக்கின்றன. அப்படியிருந்தும் சூத்திரத்தின் குறிக்கோளான பொருளாதாரம் உண்மையானவற்றுக்குப் போதியவாறு இருக்கும். அதன்மூலம் பல முக்கியமான பொருள்களைக் கற்றுக் கொள்ளலாம்.

1 நிறுவனக் கருத்தும் ஒத்த கற்பனையாகும். எந்த உண்மையான நிறுவனமும் தனிப்பட்டவர்களால் நிறப்பப்பட்ட ஒரு பணித்துறை ஆட்சியாகும்: அவர்கள் அவர்களின் சொந்த குறிக்கோள்களையும் வசதிகளையும் பொருளாதார அறிஞர்கள் நிறுவனத்திற்கு அளிக்கும் குறிகோள்களுக்குமேல் வைக்கிறார்கள்.

முதலாவதாக, நமது ஆய்வு பயனுக்கான உற்பத்திக்கும் லாபத்திற்கான உற்பத்திக்குமுள்ள சூதுவாதற்ற வேறுபாடுகளுக்கு மாற்று மருந்தாக இருக்கிறது. நியாயமான நிலைமைகளில் லாபநோக்கம் ஒரு சமூகத்தின் வளங்களைத் திறமையாகப் பயன்படுத்த தூண்டப்படும் தகுந்த ஊக்கப்படுத்துவதாக இருக்கிறது. நிச்சயமாக இருக்க. இந்த நியாயமான நிலைமைகள் மிகுதியாகத் தருவிக்கின்றன என்பது தற்போது உணரப்படாது. மேலும் ஒரு நடைமுறைப் பொருளாதாரத்தில் முழுக்க உணரமுடியாது. ஆனால், லாபத்திற்காக உற்பத்தி சமூகத்திற்கு எதிரானதன்று என்பது உண்மை. சுயேச்சையான லாபத்தை உச்சப்படுத்தும் நிறுவனங்களின் மேலான நம்பிக்கை, ஒரு சிக்கலான பொருளாதாரத்தில் பொருளாதார அமைப்பின் ஒரு திறமையான முறையாகும். அங்கு உலகனைத்துத் திட்டமும் நிர்வாகமும் ஏறத்தாழ முடியாதனவாக இருக்கும்.

இரண்டாவதாக, தேற்றம் ஓர் உண்மையான பொருளாதாரத்தின் திறமையை மதிப்பிடும் கடினமான பணிக்கான குறிப்பை அளிக்கிறது. தேற்றத்தின் எல்லா எடுகோள்களையும் திருப்திப்படுத்தும் ஒரு பொருளாதாரம் முழுக்கத் திறமையாக இருக்கும். எந்த உண்மையான பொருளாதாரமும் சில எடுகோள்களை மீறும் திறமை ஓர் அளவிற்குப் பாதிக்கப்படும். அது மீறும் கடுமையையும் பொருளாதாரத்தின் உணர்ச்சியையும் முழுத்திறமையான நிலமைகளின் சரியான நிறைவுக்குத் தந்ததாக உள்ள இரண்டையும் சார்ந்துள்ளது.

தற்போதைய தகவல்படி, பல காரணங்களுக்காக எந்த ஒரு மதிப்பீடும் மிகவும் அதிகமான தீர்ப்பானதாக இருக்கவேண்டும். முதலில் நாம் அடிக்கடி எடுத்துரைத்ததைப்போல், ஓர் உண்மையான பொருளாதாரத்திற்கான ஆக்கச் சாத்திய எல்லையை எவரும் அறியவில்லை. அதனால், தத்துவப்படி அடையக்கூடிய உச்ச எல்லையுடன் உண்மையான உற்பத்தியை ஒப்பிடும் எளிய வழிமூலம் திறமையை அளவிட முடியாது. ஏனென்றால், அது தெரியாததாக உள்ளது. அதற்குப் பதிலாக மறைமுக முறைகளைச் சார்ந்திருக்கவேண்டியிருக்கிறது. அதில் பொருளாதாரத்தின் நிலமைகளுக்கும் கருத்துள்ள நிலமைகளுக்குமுள்ள பிரிந்து செல்லுதலை அளக்கிறோம். அதன் பின்னர், தவறுதல்களிலிருந்து கிடைக்கும் திறமையற்றதன் அளவை அறியலாம். எடுத்துக்காட்டாகத் தீர்ப்பு ஏற்படுத்துவதில் அதை ஏற்கெனவே பொருத்தினோம். அஃதாவது, விலை நிகழ்வு ஒரே மாதிரி விலைகளுக்குப் பதிலாக, நுகர்வோர் பொருள்கள் பங்கீட்டுத்திறமை பலமாகப் பாதிக்காதபடி பரவுவதாகும்,

பல சந்தைகளில் சில்லோர் முற்றுரிமை, முற்றுரிமை விலையிடுதலிலிருந்து விளையும் விலைக் குலைவின் பொருளாதாரச் செலவை அளக்க

அதே முறை பயன்படுத்தப்பட்டிருக்கிறது. அவற்றைப்பற்றிய கல்வி விவாதத்திற்குரியதாய் இருந்தாலும், விலைக்குலைவு பெரியதல்லாத தாகவும் பொருளாதாரத்தின் தடுப்புச் சிறிய[1]தாகவும் தோன்றுகிறது.

முழுப் பொருளாதாரச் செயற்பாட்டிற்கான மற்ற கட்டுப்பாடுகளைத் திருப்திசெய்ய தவறியதன் விளைவுகளை அளவிடுவது மிகவும் கடினமான தாக இருக்கின்றது. எடுத்துக்காட்டாக, உண்மையான வணிக நிறுவனம் தத்துவப்படி அடையக்கூடிய குறைந்த செலவில் அதன் உற்பத்தியை உற்பத்தி செய்வதில் வெற்றியடையவில்லை. அதைப்போல், எந்த வணிக நிறுவனமும் தத்துவப்படி முடியுமான இறுதி டாலர் லாபத்தை எடுப்பதில்லை. எவ்வளவு இழக்கப்பட்டது என்று அறிவது முடியாத காரியமாகும். ஏனென்றால், ஒரு நிறுவனத்திற்கான மலிவான உற்பத்தி முறையைத் தெரிந்திருந்தால், அந்த நிறுவனம் அதை நிச்சயமாகத் தெரிந்திருக்கும். மேலும் அதைத் தழுவும் லாபத்திற்கான உற்பத்தி நட்டத்தைத் தவிர்ப்பதற்காகவேதான் என்பது நினைக்கக் கூடியதாக உள்ளது. சந்தைச் சார்பான பொருளாதாரங்களையும் மத்தியத் திட்ட முறை பொருளாதாரங்களின் செயற்பாட்டைப்பற்றியும் ஒப்பீட்டுப் படிப்பு இது சம்பந்தமாகச் சரியானதன்று என்று தெரிகிறது.

ஆனால், கருத்தியலான பொருளாதாரத்திற்கும் உண்மையான ஒன்றுக்குமுள்ள மிகவும் குறிப்பிடத்தக்க தவறு என்னவென்றால், கருத்தியலான பொருளாதாரத்தின் நேரமற்ற தன்மைக்கும் உண்மையான பொருளாதாரங்கள் தழுவக்கூடிய மாற்றமற்ற தன்மைக்குமுள்ள வேறுபாடு ஆகும். இந்த ஒப்பீட்டு வேறுபாடு, ஒரு கருத்தியலான பொருளாதாரத்தில் அடையக்கூடிய திறமை அளவைக் கொடுக்கிறது. அவர்கள் மாற்றத்தைப்பற்றி அறிந்திருப்பதால், ருசி, தொழில் நுணுக்கம், வளக்கிடைப்பு ஆகியனபற்றித் தெளிவாக அறிந்திராவிட்டாலும், வணிகர்கள் அல்லது பொருளாதாரத் திட்டமிடுவோர் நிகழும் நிலைமைகளைப்பற்றி முழுத் திறமையை அடைய முயலுவதில்லை. அதற்குப் பதிலாக அவர்கள் எதிர்நோக்கும் சம நிலைக்குச் சரிசெய்ய முயலுகிறார்கள். கருத்தியலான பொர்ருளாதாரத்தைப்பற்றிய நமது கோட்பாடு, அவர்களுக்குப் போதிய காலம் கிடைத்தால் போட்டி நிறுவனங்கள் இச் சரிப்படுத்தலைச் செய்வார்கள் என்பதைக் காட்டுகிறது. ஆனால், செலவுக் குறைப்பு முடியாமையையும் குறைவான நட்டங்களையும் மனத்தில் வைத்துக்கொள்ளவேண்டும். முழு எதிர்நோக்கைப் பெற்றிராத நிர்வாகியிடமிருந்து எதிர்ப்பார்ப்பதெல்லாம் இவைதாம்.

[1] எடுத்துக்காட்டு **A.C.** ஹார்பெர்கரின் ‘முற்றுரிமையும் வளப்பங்கீடும்’ என்பது, அமெரிக்கப் பொருளாதாரப் பரிசீலனை, மே, 1954, பக்கம் 77-87. ஹார்பெர்கர் முற்றுரிமை விலைக்குலைவு அமெரிக்கப் பொருளாதார உற்பத்தியைச் சதவீதமாகக் குறைக்கிறது. நமது சொந்தக் கணிப்பை அதிகாரம் 6-ல் கொடுத்துள்ளோம்.

நமது கருத்தியலான பொருளாதாரங்களைப்பற்றிய தேற்றம் இக் குணமுடைய கருதல்களும் ஒரு பலத்த ஊகத்தைக் கொடுக்கிறது. அஃதாவது, ஒரு சந்தைச் சார்புள்ள பொருளாதாரம் எதிர்பார்ப்பதைப்போல் பொருளாதார வளங்களைப் பயன்படுத்துவதில் திறமையுள்ளதாக இருக்கும் என்பதாகும். கருத்தியலான பொருளாதாரத்தில் ஊகிக்கப்பட்ட எண்ணங்கள் உண்மையான ஒன்றில் இருக்கும். தத்துவ மயமான பொருளாதாரத்தில் இல்லாத அவ்வெண்ணங்களுக்குக் கருத்தியலான பதில்களுக்குப் பல தடுத்தல்களை ஓர் உண்மையான பொருளாதாரம் எடுத்துக்காட்டுகிறது. ஆனால், அத் தடுத்தல்களிலிருந்து விளையும் பொருளாதார நட்டங்கள் எந்தப் பொருளாதார அமைப்பிலும் குறைவாக அல்லது தவிர்க்க முடியாததாக இருக்கும்.

இறுதியாக, நடைமுறைப் பொருளாதாரக் கொள்கைக்கான முக்கியமான சிக்கல்களைத் தோற்றம் பெற்றிருக்கிறது. போட்டிப் பொருளாதாரம் முழுத் திறமையுடன் இயங்கும் நிலைமைகளையும் ஓர் உண்மையான பொருளாதாரத்தில் திறமை குறையும் நிலமைகளையும் சிக்கல்களின்மூலம் அது குறித்துக் காட்டுகிறது. மிகப் பொருத்தமான பொருளாதாரக் கொள்கை ஒரு கருத்திலான பொருளாதாரத்திற்கு முடிந்தவரை நல்லதொரு மதிப்பீட்டைக் கொண்டுவர முயலும். ஆடம் சுமித் நூற்றுண்டுகளுக்கு முன்னர், கவனித்த தடையில்லா வாணிபம் போதாது, ஒரே வாணிபம் செய்யும் மக்கள் சந்திப்பது அபூர்வம். மகிழ்ச்சிச்காகச் சந்தித்தாலும், பேச்சு வார்த்தை பொது மக்களுக்கு எதிராக அல்லது விலைகளை[1] ஏற்றத் திட்டமிடும் இடமாக மாறிவிடும். வணிகர்களுக்கு நல்லவையெல்லாம் நாட்டிற்கு நல்லனவாக இருக்க முடியாது. ஏனென்றால், ஒவ்வொரு வணிகரும் போட்டிச் சந்தைகளின் கட்டுப்பாட்டிலிருந்து விடுபட விரும்புகிறார். அதற்கு மாறாக முற்றுரிமை நடவடிக்கை முழுப் பொருளாதாரத் திறமைக்கான கட்டுப்பாடுகளில் ஒன்றை மீறுகிறது. போட்டி நிலமைகளுக்கு ஒரு சரியான அணுகுதலை நிலைப்படுத்த அளவிடுகிறது என்பதைத் தொடர்கிறது. நுகர்வோரின் தகவலை விருத்தி செய்யும் முக்கியத்துவத்தை ஏற்கெனவே குறிப்பிட்டோம். அதற்கு ஒரு காரணம், நுகர்வோர்களுக்குப் பல பொருள்களில் எவ்வளவு திருப்தியை அளிக்கும் என்பதை அறிந்துள்ளார்கள், நுகர்வோர்களின் அறியாமை முற்றுரிமைகளையும், சில்லோர் முற்றுரிமைகளையும் ஏற்படுத்தக் காரணமாய் இருக்கின்றன என்றும், அதை அதிகாரம் 6-ல் ஓரளவு அதற்குக் காரணமாய் இருக்கிறதென்றும், தகவலை அறிந்த பொது மக்கள் இரண்டாவது நன்மையைப் பெற்றிருக்கிறார்கள் என்றும் பார்த்தோம்.

1. ஆடம் சுமித்தின், 'நாடுகளின் செல்வம்' (நியூயார்க்: நவீன நூலகம்) பக்கம், 128, பார்க்கவும்.

ஓர் உண்மையான பொருளாதாரத்தில் மற்றுமொரு எடுகோள் மீறக்கூடியதாக இருக்கும். அது வணிகர்கள் அவர்களின் நடவடிக்கைகளின் வெளிப்புற விளைவுகளைக் கணக்கெடுப்பதாகும். அஃதாவது, நெருக்கடி, கலப்புக் கெடுதல் முதலிய அவர்களின் நடவடிக்கைகளால் திணிக்கப்படும் செலவுகளாகும். முந்திய அதிகாரத்தில் பொருளாதாரச் சந்தைகள் சாதாரணமாக அவர்கள் உண்டாக்கும் இப்படிப்பட்ட செலவுகளை அவர்களுக்குப் பிரயோஜனமாய் இராதென்று பார்த்தோம். எடுத்துக்காட்டாக, ஒரு வணிக நிறுவனம், அதன் பக்கத்தில் உள்ளவர்களின்மேல் பாரமாக அமையும் சப்தம், கலப்பு அளவைக் குறைக்கும் உற்பத்தி முறைகளைத் தழுவும் ஆர்வத்தைச் சிறிதளவு தான் பெற்றிருப்பார்கள் என்பதாகும். அப்படிப்பட்ட ஆர்வத்தை வரிவிதிப்பின்மூலம் கொடுக்கலாம். அஃது இயங்கலின் வெளிப்புறச் செலவுகளை ஓரளவு ஒத்திருக்கச் செய்யும்.

நியாயமான சூழ்நிலைகளில் ஒரு பொருளாதாரத்தின் மிகத் திறமையான இயங்கலை அதிகரிக்கச் செய்யும் பொருளாதாரக் கொள்கைகளுக்கான கோட்பாட்டால், அவற்றில் சிலவற்றிற்குக் கொடுக்கப்படும் கருத்துரையாகும். சுருக்கமாக, எளிமையாக்கப்பட்ட விவாதம் ஓர் உண்மையான போட்டிப் பொருளாதாரத்திற்கு ஓரளவு பெற்றிருந்தாலும், அஃது ஓர் உண்மையான பொருளாதாரத்தின் அடைதல்களிலும் குறைபாடுகளிலும் உள் நோக்கை அளிக்க ஒத்ததாக இருக்கும்.

சந்தைகளும் நுகர்வோர்களின் இறைமையும்

ஒரு பொருளாதாரத்தின் மூன்ருவது பணி நுகர்வோர்கள் விரும்பும் பொருள்களை உற்பத்திசெய்வதாகும். எந்தப் பொருளாதாரமும் நுகர்வோர் விரும்பும் எல்லாவற்றையும் கொடுக்கும்படி செல்வமுடையதாய் இல்லை. ஆனுல், பொருளாதார முறையிடமிருந்து நாம் வேண்டுவதெல்லாம், அதன் வளங்களை ஒரே பொருள் உற்பத்திக்குப் பயன்படுத்தக் கூடாதென்றும், அதே வளங்களைப் பயன்படுத்தி உற்பத்தி செய்யப்படும் மற்ருெரு பொருளை நுகர்வோர்கள் அதிகம் விரும்பிஞல், அப்படிச் செய்ய வேண்டுமென்பதுமாகும். போட்டிச் சந்தை விலைகளைச் சுயமாகச் சரிப்படுத்திப் பதிலளிக்கும் உற்பத்தியின் ஒரு முறை, இத் தேவையைப் பூர்த்தி செய்கிறது. சந்தை விலைகள் சரிப்படுத்தப்பட்டுத் தேவையின் அளவும் ஒவ்வொரு பொருளின் அளிக்கப்படும் அளவும் சமமாக இருந்தால், நுகர்வோர் இறைமையின் கட்டளைகள் நிறைவேற்றப்படுகின்றன என்று காட்டலாம்.

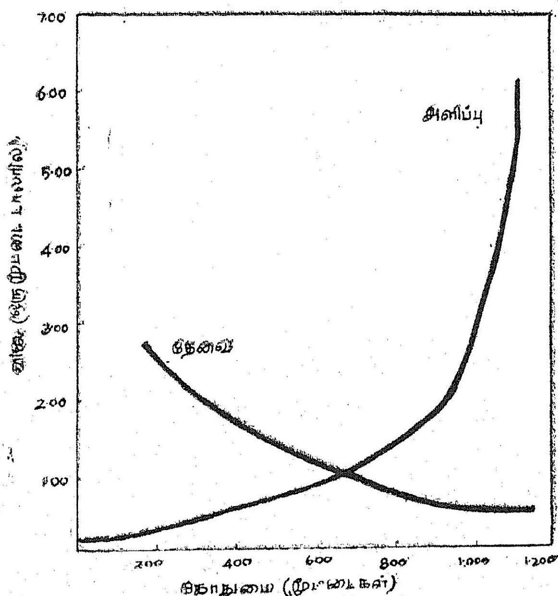
சந்தைகள் ஓர் இரு பொருள் உலகில் எப்படி இயங்குகின்றனவென்று கவனித்து இதை மிகத் தெளிவாகப் பார்க்கலாம். இப்போது

குருசோவின் தீவு குடும்பங்களால் பெருகி, ஒவ்வொரு குடும்பமும் நிலத்தைப் பெற்றுச் சாராயத்தையும், கோதுமையையும் விற்று அதன் வருமானத்தைப் பெறுகிறது என்று எண்ணுவோம். ஒவ்வொரு குடும்பமும் சந்தை விலைகளில் அதன் வருமானத்தைக் கோதுமை, சாராயம் வாங்கிச் செலவிடுகிறது. இச் சாதாரணமான பொருளாதாரத்திலும் இரு பொருள்களின் விலைகளைத் தீர்மானிக்க அளிப்புத் தேவை வளை கோடுகள் இருக்கின்றன. முதலில் கோதுமைக்கான அளிப்பு வளை கோட்டை நோக்குவோம். கோதுமை அளிப்பு, எவ்வளவு நிலம் அதற்குப் பயன்படுத்தப்படுகிறது என்பதைப் பொறுத்துள்ளது, மேலும் சாராய விலைக்குக் கோதுமை விலை விகிதாச்சாரத்தையும் சார்ந்துள்ளது. கோதுமை விலையின் மாற்றங்களுக்கு இவ் வளிப்பு எவ்வாறு பதிலளிக்கிறது என்பதைப் பார்க்க ஒரு நிச்சயமான, மாறாத விலையைச் சாராயத்திற்கு ஊகித்துக்கொள்ளவேண்டும். ஒரு காலன் 60 சென்டுகள் என்று கொள்வோம். அப்படியானால், கோதுமைக்கான அளிப்பு வளைகோட்டைப் பின்வருமாறு கணிக்கலாம்.

ஒவ்வோர் ஏக்கர் நிலமும் கோதுமைக்கும் சாராயத்திற்கும் பயன்படுத்தலாம். அவற்றுள் எது லாபகரமானது என்பதைப் பொறுத்துள்ளது. ஒரு குறிப்பிட்ட ஏக்கர், Y_b மூட்டைகள் கோதுமை அல்லது Y_v காலன்கள் சாராயம் உறபத்தி செய்யப்பயன்படுத்தலாம் என்றும், கோதுமையின் விலை, P_b என்றும் வைத்துக்கொள்ளலாம், $Y_b P_b \geq .60 Y$ அல்லது $Y_v/Y_b \leq P_b./60$ ஆக இருந்தால் மட்டும், அந்த ஏக்கர் கோதுமைக்குப் பயன்படுத்தப்படும். மேலும் வரம்புக் கோட்டில் உள்ள ஏக்கர்களுக்குச் சமத்துவம் நிலவுகிறது. ஆனால், வரம்புக். கோட்டிலுள்ள ஏக்கர்களின் விளைவுகளின் விகிதாசாரம் கோதுமைக்காகச் சாராயத்தின் இறுதிநிலை விகிதமாற்றமாகும். அதற்கேற்ப இவ் விலைக்கேற்ற உற்பத்தியில் ஆக்கச் சாத்திய எல்லையின் சாய்வாக இருக்கும். வலப்புறமுள்ள ஆக்கச் சாத்திய எல்லையின் ஒரு விலைக்கு ஏற்றவாறு (படம் 8—1) கோதுமையின் அளிடபைப் படிப்போம். எடுத்துக்காட்டாக, ஒரு மூட்டைக் கோதுமையின் விலை 1 டாலராக இருந்தால், கோதுமைக்கான சாராயத்தின் இறுதிநிலை விகிதமாற்றம் 1 : 60 = 1.67 ஆக இருக்கும். 690 மூட்டைகள் கோதுமை உற்பத்தி செய்யப்படும்பொழுது ஆக்கச் சாத்திய எல்லை இச் சாய்வைப் பெற்றிருக்கும். ஆகையால், ஒரு மூட்டை ஒரு டாலர் விலையில் 690 மூட்டைகள் அளிக்கப்படும். இது கோதுமைக்கான அளிப்பு வளை கோட்டின் ஒரு கூறாகும். தருவிக்கப்பட்ட முழு அளிப்பு வளைகோடும் வரைபடம் 8—2-ல் காட்டப்பட்டுள்ளது.

ஆதாரங்களிலிருந்து கோதுமைக்கான ஒரு தேவை வளைகோட்டை வரவழைக்க விரும்பினால், தனி நுகர்வோர்களின் சம நோக்குக்கோடு

வரைபடத்துடனும் அவற்றின் வருமான பங்கீட்டிற்கான விதிகளுடனும் நமது ஆராய்ச்சியை ஆரம்பிக்கவேண்டும். இவ்விவரங்கள் கிடைக்காமையால், ஒரு தேவை வளைகோடு படம் 8—2-ல் ஏதேச்சையாக வரையப்பட்டுள்ளது. கோதுமைச் சந்தைக்கான சமநிலையில் இரு வளைகோடுகளும் சந்திக்கின்றன. அஃதாவது ஒரு மூட்டையின் விலை ஒரு டாலராக 690 மூட்டைகளும் ஆகும். 690 மூட்டைகள் உற்பத்தியைக் காட்டும் அளிப்பு வளைகோட்டின் ஒரு தருவிப்புச் சாராயத்தின் இறுதிநிலை விகிதமாற்றம் கோதுமைக்காக 1 : 0.60 ஆகும். அஃதாவது விலைகளின் விகிதத்தின் எதிரிடையாகும். அவ்



வரைபடம் 8—2.

கோதுமைக்கான அளிப்பும் தேவையும்: ஓர் இருபொருள் பொருளாதாரத்திலும் இவ்வளைகோடுகள் சிறப்புள்ளனவாகும்.

விலைகளில் ஒவ்வொரு நுகர்வோரும் கோதுமைக்கும் சாராயத்திற்கும் அவரது பட்டியலைப் பிரிப்பார். ஆகையால், கோதுமைக்காகச் சாராயத்தைப் பதிலீடுசெய்யும் இறுதிநிலை விகிதம் 1 : 0.60 ஆக இருக்கும். ஆனால் தேவை வளைகோடு, நுகர்வோர்கள் அவர்களின் பட்டியலை இவ்விறுதிநிலை விகிதப் பதிலீட்டை அடையும்படியாகச் சரிப்படுத்தும்பொழுது, அவர்கள், 690 மூட்டைகளை விரும்புவார்கள்

என்று காட்டுகிறது. ஆக அவ் வுற்பத்தி கோதுமைச் சந்தையையும் தீர்க்கிறது, அதோடு ஒவ்வொரு நுகர்வோருக்கான இறுதிநிலை விகிதப் பதிலீட்டிற்கு இறுதிநிலை விகித மாற்றத்தைச் சமப்படுத்துகிறது.

சிக்கல்கள் அறிமுகப்படுத்தப்பட்டாலும், பல நுகர்வோர்களைப் பெற்று ஒரு சந்தையில் வாங்கல், விற்றல் மூலமாகப் பல உற்பத்தியாளர்களை மறைமுகமாகக் கருதுவதால். ராபின்சன் குரூசோ ஒரே ஒரு நுகர்வோராக இருக்கும்பொழுது அடையப்படும் சமநிலையைப் போன்று இஃது இருக்கிறது. அப்படியாக (படம் 7—2) சமநிலை அடையப் பட்டது. அங்கு ஆக்கச் சாத்திய எல்லை குரூசோ அடையக்கூடிய உயர்வான சமநோக்குக் கோட்டைப்போல் அதே சாய்வைப் பெற்றிருக்கும். இப்போது அடையப்பட்ட சமநிலையில் ஆக்கச் சாத்திய எல்லை ஒவ்வொரு நுகர்வோரும் அடையக்கூடிய உயர்ந்த சமநோக்குக் கோட்டைப்போல் அதே சாய்வைப் பெற்றிருக்கும். இரண்டு நிலையிலும் சாராயத்தை விட்டுக் கொடுத்துப் போதிய கோதுமையை உற்பத்தி செய்வது முடியாத காரியமாகும் (அல்லது கோதுமையை விட்டுக் கொடுத்துப் போதிய சாராயத்தை எடுக்க). அதன்மூலமாக ஒரு நுகர்வோரை ஓர் உயர்ந்த சமநோக்குக் கோட்டிற்கு உயர்த்தவும் இயலாது.

இரு நிலைகளுக்குமுள்ள வேறுபாடு என்னவென்றால், குருசோ தனியாக இருக்கும்பொழுது, ஆக்கச் சாத்திய எல்லை, சமநோக்குக் கோடு போன்றவற்றிற்கான செய்தி ஒரே ஒரு தலையில் அடக்கப் பட்டிருந்தது என்பதாகும். பல உற்பத்தியாளர்களும் நுகர்வோர்களும் இருக்கும்பொழுது ஒவ்வோர் உற்பத்தியாளரும் அவரது ஆக்கச் சாத்தியத்தை மட்டும் அறிகிறார், ஒவ்வொரு நுகர்வோரும் அவரது தேர்வுகளை மட்டும் அறிகிறார், அவர்கள் மாறுபட்ட விலைகளுக்கு அவர்களின் செயலால் ஒருவருக்கொருவர் தொடர்பு கொள்கிறார்கள் ஆனால், இந்த மறைமுகத் தொடர்பு நுகர்வோர்களையும் அனுமதிக்கும் ஆக்கச் சாத்தியங்களையும் போதியவாறு திருப்திப்படுத்தக்கூடியதாக இருக்கும்.

நாம் சாராயத்தைப்பற்றி மறக்கக்கூடாது. ஒரு மூட்டைக் கோதுமை விலை ஒரு டாலராகவும் ஒரு காலன் சாராயம் 60 சென்டுகள் என்றும் கொடுக்கப்பட்டிருந்தால், கோதுமைச் சந்தையைத் தீர்த்து விடலாம். அதேபோல் சாராயத்திற்கும் ஏற்படுகிறதா? பொதுவாக அவற்றுக்கும் அப்படித்தான் இருக்கும். ஆக்கச் சாத்திய எல்லை, 690 மூட்டைக் கோதுமை உற்பத்தி செய்யப்படும்பொழுது (690 டாலர் மதிப்புள்ள) சாராயத்தின் உற்பத்தி, 1,600 காலன்களாக இருக்கு மென்று (காலன் 60 சென்டில் 960 டாலராக இருக்கும்) கூறுகிறது

பொருளாதாரத்தில் உற்பத்தி செய்யப்படும் எல்லாமும், அதன் சில நபர்களுக்குச் சொந்தமாக இருப்பதால், பொருளாதாரத்தின் மொத்த வருவாய் 1,650 டாலராக இருக்கும். இறுதியாக, தேவை வளைவோடு கூறுவதைப்போல் நுகர்வோர்கள் கோதுமையில் 690 டாலர் செலவிட விரும்பினால், அவர்களுக்கு 960 டாலர் மீதமிருக்கும், அது மொத்தச் சாராய உற்பத்தியை வாங்கப் போதியதாக இருக்கும். ஏதாவது ஒரு சந்தையைத் தீர்க்கும் விலைகள் மற்றொன்றையும் தீர்க்கும்.

இந்த ஆய்வு, முற்றிலும் பொதுவானது. ஆக்கமும் வருவாயை ஈட்டுவதும் அதே நடவடிக்கையின் இரு நோக்குகள் என்ற உண்மையை அது சார்ந்துள்ளது. உற்பத்தி செய்யப்படும் எல்லாவற்றின் மதிப்பும் சிலர் வருவாயின் ஒரு பாகமாகும். ஆக்கத்தில் பங்கு கொள்ளாமல் வருவாயை ஈட்டும் வழி கிடையாது. ஆகையால், உற்பத்தியின் மொத்த மதிப்பும் ஒரு பொருளாதாரத்தில் ஈட்டப்பட்ட மொத்த வருவாயும் ஒன்றே ஆகும். முழு உற்பத்தியையும் வாங்க வருமானம் போதியதாக இருக்கும். பல்வேறு பொருள்களை, அஃதாவது 100,000 பொருள்களை உற்பத்தி செய்யும் ஒரு பொருளாதாரத்தில், 99,999 பொருள்களுக்கான சந்தைகளைத் தீர்க்கும் ஒரு தொகுதி விலைகள், பாக்கிச் சந்தையைத்[1] தீர்க்கக்கூடிய பணத்தை விட்டு வைக்கும்.

இரண்டு பொருள்கள்மட்டும் இருக்கும்பொழுது அவை இரண்டிற்கான சந்தைகளைச் சில விலைகள் தீர்க்கும். அவ் விலைகள் நுகர்வோர்களின் இறைமைக்கு அடிபணியும் ஆக்கத் தரத்தைத் தூண்டக்கூடியதாக இருக்கும் என்று கண்டோம். அதிகப்படியான பொருள்கள் இருக்கும்பொழுது வாழ்க்கை மிகவும் சிக்கலானதாக இருக்கும். ஆனால், சுருக்கமாக அதே நுணுக்கம்தான் பணியாற்றுகிறது. பல பொருள்களைக்கொண்ட இந்த உலகில், ரொட்டிப் பொருளும் அவற்றுள் ஒன்றாகும். அதன் தேவை வளைகோடு எப்படி உண்டாக்கப்படுகிறதென்று ஏற்கெனவே பார்த்தோம். ரொட்டியின் ஒவ்வொரு விலையிலும்,

[1] பொருள்களின் மொத்தமதிப்புக்கும் மொத்த வருமானத்திற்குமுள்ள பாக்கி இப்படிப்பட்ட ஒன்றைக் காட்டிலும் ஓர் உண்மைப் பொருளாதாரத்தில் மிகவும் சிக்கலானதாக இருக்கும். பன்னாட்டு வாணிபம், ஒரு பொருளாதா மக்கள் மற்றொரு பொருளாதார மக்களாலும் வாங்குவதும் விற்பதும் புது கவனிப்புகளை அறிமுகப்படுத்துகிறது. வரிகள், உதவித் தொகையை நன்மைகளைப் பங்கிடும் அரசாங்க நடவடிக்கைகளும் பாக்கியைச் சிக்கலாக்குகின்றன. நாம் புறக்கணிக்கப்பட்ட ஆபத்தான பிரசசினை பதுக்கி வைக்கும் பிரச்சினை ஆகும். சிலர் வருவாயைவிடக் குறைவாகச் செலவு செய்து எதிர்காலத்திற்காக ஒதுக்கி வைக்கலாம். அது நிகழும்பொழுது எல்லாச சந்தைதளும் எந்த ஒரு விலையிலும் சந்தைகளை அதே நேரத்தில் தீர்க்க முடியாது. அது மொத்தத் திறமைக்குத் தொடர்புடையது. அதைப்பற்றிக் கீழே சுருக்கமாய்ப் பார்க்கலாம். அதே வரிசையில் முழுக்க ஆராயப்படுகிறது. வேறு இடத்தில் சி. எல். ஸ்கல்ட்ஸின் தேசிய வருவாய் ஆய்வு, 3வது பதிபபு, ஜெ. எஸ். டூகன்பெரியின் பணமும் கடனும், தாககலும் கட்டுப்பாடும 3வது பதிப்பு ஆகியவற்றில் ஆராயப்படுகிறது.

மற்ற பொருள்களின் விலைகள் கொடுக்கப்பட்டு, நுகர்வோரின் ரொட்டிக் கான தேவையின் அளவு, ரொட்டிக்கான எந்த ஒரு பொருளின் இறுதி நிலைப்பதிலீடு மற்ற பொருள்களின் விலைக்கு ரொட்டியின் விலை விகிதத் திற்குச் சமமாக இருக்கும்படியாக இருக்கும். அஃதாவது, ரொட்டியின் விலை p_b ஆக இருந்தால், ஒரு ரொட்டித் துண்டிற்கான பதிலீடு செய்ய விரும்பும் ஒரு நுகர்வோரின் X பொருள் அலகின் எண்ணிக்கை MRS ஆக இருந்தால், X பொருளின் விலை p_x ஆக இருந்தால், p_b விலையில் நுகர்வோர்களுக்குத் தேவைப்படும் ரொட்டியின் அளவு $p_b = MRS. p_x$ ஆக இருக்கும்படியாக இருக்கும்.

உற்பத்தியாளர்களின் சார்பில் மாற்றுதல்களின் அதே சமப் படுத்துந்தன்மையை அளிப்பு வளைகோடு பிரதிபலிக்கிறது. ரொட்டி எந்த ஒரு விலையிலும், மற்ற பொருள்களின் விலை கொடுக்கப்பட்டு (ஆக்கக் காரணியுடன் சேர்த்து), உற்பத்தியாளர்கள் அளிக்கப்படும் ரொட்டி அளவிற்கு இறுதிநிலைச் செலவு அவ் விலைக்குச் சமமாக இருக்கும். இறுதிநிலைச் செலவு வாய்ப்புப் பெறுமானமாக இருக்கும் படியாக ஆக்கக் காரணிகள் விலை விதிக்கப்படும். அஃதாவது, ஒரு ரொட்டித் துண்டை உற்பத்தி செய்யத் தேவைப்படும் வளங்களுடன் உண்டாக்கக்கூடிய மற்ற பொருள்களின் மதிப்பாக இருக்கும். சொல்லப் போனால், ரொட்டித் துண்டின் விலை p_b ஆக இருந்தால், ஒரு துண்டை உற்பத்தி செய்வதில் பயன்படுத்தப்படும் வளங்களால் உண்டாக்கப்படும் X பொருளின் அலகுகளின் எண் MRT ஆக இருந்தாலும் X பொருளின் விலை p_x ஆக இருந்தாலும், p_b விலையில் அளிக்கப்படும் ரொட்டியின் அளவு $p_b = MRT. p_x$-ஐத் திருப்தி செய்யும்.

தேவைப்படும் அளவும் அளிக்கப்படும் அளவு சமமாக இருக்கும் படியாக ரொட்டிச் சந்தையை விலை தீர்த்தால், எந்த ஒரு பொருளுக்கும் ஒப்பிடக் கூடியதாக இருக்கும் இரண்டின் தரமும் நிற்கும்.

$$MRS\,(X: \text{ரொட்டி}) = \frac{p_b}{p_x} = MRT\,(X: \text{ரொட்டி})$$

சந்தைகள் சமநிலையில் இருக்கும்பொழுது, ரொட்டிக்கான ஒரு பொருளுக்கும் ஒரு நூதன நுகர்வோரின் இறுதிநிலைப் பதிலீடு, ரொட்டிக்கான அப் பொருளின் இறுதிநிலை விகித மாற்றத்திற்குச் சம மாக இருக்கும். பெரும்பாலும், எல்லாச் சந்தைகளும் சமநிலையில் இருக்கும்பொழுது, பொருள்களின் எந்தச் சோடிக்குமுள்ள நுகர்வோர் களின் இறுதிநிலை விகிதப் பதிலீடு ஆக்கச் சாத்திய எல்லைக்கேற்ப அவற்றுக்குள்ள இறுதிநிலை விகித மாற்றத்திற்குச் சமமாக இருக்கும். அது நிகழும்பொழுது, உற்பத்தி செய்யப்படும் பொருள்களின் கூட்டு

நுகர்வோர்களின் இறைமைக்குப் பொருந்துகின்ற ஒன்ருக இருக்கும்' அதற்கான நுகர்வோர் இறைமை நிலைமையாகும் (அதிகாரம் 2-ல் சுயமாகச் சரிப்படுத்துவதுடன்கூடிய போட்டிச் சந்தைகள் இம் முடிவைக் கொண்டுவர இயங்கும்).

ராபின்சன் குருசோவினுடையதிலிருந்து இப் பெரிய உலகம் மாறுபட்டதன்று. எல்லாப் பொருள்களுக்கும் சந்தைத் தீர்ப்பு விலைகள் உண்டாக்கப்படும்பொழுது, முழுப் பொருளாதாரத்தால் எதிர்நோக்கப் படும் பங்கீட்டுத் தேர்வுகளுடன் ஒவ்வொரு நுகர்வோரையும் எதிர்த்து நிற்கும். நுகர்வோர் ஒவ்வொரு பொருளிலும் எவ்வளவு வாங்கவேண்டு மென்று தீர்மானிக்கவேண்டும். இத் தீர்மானத்தை எடுக்கும்பொழுது, ஒன்றைக் குறைத்து ஒரு பொருளின் அதிகமானதைப் பெறும் நிலை முழுப் பொருளாதாரமும் மற்றொன்றைக் குறைத்து ஒரு பொருளை அதிக மாய் உற்பத்தி செய்யக்கூடிய பொருளாதார நிலையை ஒத்திருக்கும் (அவற்றின் இறுதிநிலை விகித மாற்றம்). ஆகையால் விலை விகிதங்கள் நுகர்வோர் வாங்கும் ஒவ்வொரு பொருளின் சிக்கனச் செலவைக் கூறுகின்றன. பொருள்களின் மூலமாக அதை உற்பத்தி செய்வதற்காக விட்டுக்கொடுக்கவேண்டும். அதே முறையில் நுகர்வோர் அவரது முடிவை எடுக்கையில் அவர் வாங்கும் ஒன்றை அடைவதற்காக அவர் விட்டுக் கொடுக்க வேண்டிய பொருள்களை உற்பத்தியாளருக்குக் கூறுகிறது.

ஆக, பழக்கமான தேவை அளிப்பு வளைகோடுகள் செயற் கருவி களாக இருக்கின்றன. அதன்மூலம் ஒரு செழிப்பான பொருளாதாரம் அதன் ஆக்கச் சாத்தியங்களையும் அதன் நுகர்வோர்களின் விருப்பங் களையும்பற்றிய உண்மைகளையும் சேர்த்துக்கொண்டு வருகிறது. ஓர் உண்மையான பொருளாதாரத்தில் எவரும் அதன் ஆக்கச் சாத்திய எல்லையையும் அதைவிடக் குறைவாகச் சமநோக்குப் படங்களையும் தெரிந்திருக்கவில்லை. அளிப்பு, தேவை வளைகோடுகள் தகவலைத் தெளி வாகத் தெரிவித்துப் பரவலாக்கப்பட்ட பல லட்சக்கணக்கான முடிவு களால் பொருளாதாரத்தை அதன் ஆக்கச் சாத்திய எல்லையில் மிகவும் பொருத்தமான முனைக்கு நடத்திச் செல்கின்றன.

அல்லது ஒரு முழு உலகில் அப்படி இருக்கும். உண்மை உலகில் நுகர்வோர் இறைமையின் இயங்கல் நாம் எதிர்நோக்கிய எல்லாச் சிக்கல்களாலும் மற்றவற்ருலும் தடுக்கப்படுகிறது. விளம்பரத்தின் விளைவுகளால் பெரிதாக்கப்பட்ட நுகர்வோர்களின் அறியாமை வெளிப் புறப் பிரதிபலிப்புக்கான சந்தைகளின் தவறுதல், அல்லது பொது மக்கள் பொருளுக்கான தேவை, முற்றுரிமை, சில்லோர் முற்றுரிமையால் உண்டான விலை தடுப்புகள், சந்தைச் சம நிலையற்ற நிரந்தர நிலைமை

முதலிய எல்லாம் நுகர்வோரின் விருப்பத்திற்குள்ள மெதுவான செயலுடன் தலையிடுகிறது. ஆனால் அக் குறைபாடுகளை மறு சீராய்வு செய்ய வேண்டியதில்லை.

உண்மையாக மிக முக்கியமான நூதனச் சிக்கல் (முக்கியமற்றதானாலும்) என்பது நுகர்வோர்களின் பட்டியல் தடைகளின் நெருக்கடியிலிருந்து விதிவிலக் களிக்கப்பட்டதாகப் பல வாங்கல் தீர்மானங்கள் இருக்கின்றன. இது நுகர்வோர்களின் அறியாமையைச் சரிக்கட்ட எடுக்கும் முயற்சியிலிருந்து சில சமயங்களில் நிகழ்கிறது. அஃது ஒரு நுகர்வோர், அவரது மணத்துணைப் பொருள்களைத் தேர்ந்தெடுக்க உள்புற அலகு செய்பவரை அமர்த்தும்பொழுது நிகழ்வதைப்போலும், அல்லது அவரது மருந்துகளைக் குறிப்பிட ஒரு மருத்துவரைச் சார்ந்திருக்கும்பொழுது நிகழ்வதைப் போலும் இருக்கிறது. பொதுப்படையான மருந்துகள் விளைவுள்ளதாக இருக்கும்பொழுது, மருத்துவர்கள் விலையுயர்ந்த மருந்துகளைக் குறிப்பிட்டு விரயமாக்குகிறார்கள் என்று நினைக்க நல்ல காரணங்கள் இருக்கின்றன. செலுத்தலிலிருந்து விலக்கப்படும் தீர்மானத்தின் ஒரு நிலை அதையொத்த விளைவுகளைப் பெற்றிருக்கும். செலவுள்ள கணக்கு வாழ்க்கை ஒரு வகைப் பெயர் எடுத்த எடுத்துக்காட்டாகும். காப்பீட்டுக் கோரிக்கை, குறிப்பாக மோட்டார் வண்டிக் கெடுதல் கோரிக்கை, மற்றொருவகைச் செலவுகளாகும். அச் செலவுகள், நன்மையடைபவரின் செலவைச் செலுத்த வேண்டியிருந்தால், அவை இருப்பதைவிடப் பல லட்சக்கணக்கான டாலர் அதிகமாக இருக்கும். ஒரு காரணத்திற்காக அல்லது மற்றொன்றிற்காக ஏய்க்கப்படும் நுகர்வோர் பட்டியல்களின் கண்ணியத்தின் பரிவர்த்தனைகளெல்லாம், பல கோடிக்கான டாலர் மதிப்புடைய வளங்களைப் பயன்படுத்தி உற்பத்தி செய்யப்படும் பொருள்களுக்கு நடத்திச் செல்லும். அவை, நுகர்வோர்களால் செலுத்த வேண்டியிருந்தால் விரும்பப்படமாட்டா. அப்படியானால், பொருளாதார நடவடிக்கையின் அளவுடன் ஒப்பிட்டால் விரயம் மிகவும் சிறியதாகும். பொது விதிக்கான இவ் விதி விலக்குகள் மாற்றலின் மிக இயல்பான வகையின் நுகர்வோர் இறைமையின் மறைந்துள்ள விளைவை வற்புறுத்துகிறது.

நுகர்வோர் இறைமை முழுமையானதன்று. சில சமயங்களில் ஆக்கத்தைத் தடுப்பதற்காகவும் சமூகத்திற்கு வேண்டாத அல்லது அபாயமானவை என்று சொல்லப்பட்ட பொருள்களின் பயனைத் தடுக்க அதை ஒதுக்கித் தள்ளவேண்டியிருக்கிறது. எடுத்துக்காட்டுகள்: பூச்சிக் கொல்லிகளின் பயனைக் கட்டுப்படுத்தல், மயக்க மருந்துகளின் உற்பத்தி விற்பனையை விலக்குவது, பரத்தையர் வர்ணனைப் பொருள், வீட்டுச் சட்டத் தொகுப்பேடு, மோட்டார் வண்டிகளுக்குப் பாதுகாப்புத் தேவைகள், கண் கண்ணாடி-கள், மருத்துவர்களுக்கு உரிமைத்

தேவைகள் இன்னும் பலவற்றை உள்ளடக்குகிறது. இவை யாவும் நுகர்வோர் சுய தேர்வைக் கட்டுப்படுத்துகின்றன. அவன் வாங்க வேண்டியதிலிருந்து அவனைத் தடுக்கிறது அல்லது அவன் விரும்பாத ஒன்றை வாங்க வற்புறுத்துகிறது.

நுகர்வோரின் தேர்வு அணியில் இவ் வரம்புகள் ஏறக்குறைய தாக்கப்படுகின்றன. அவற்றுக்கான நியாயங்கள் மாறுபடுகின்றன. சில வெளிப்புற நிகழ்ச்சிகளைத் தவிர்க்கக் கூடியனவாய் இருக்கின்றன. உறுதியாக நிற்கின்ற பூச்சிக் கொல்லிகள், மோட்டார் வண்டிப் பாதுகாப்புத் தேவைகள் (பிரயாணிகளும் மூன்றாவது ஆட்களும் பாதுகாப்பில்லாத மோட்டார்களால் பாதிக்கப்படுகின்றனர்), மயக்க மருந்து விலக்கல்கள், பரத்தையர் வர்ணனை முதலியவற்றுக்கான தடைக்கான நேர்மை இதுதான். நுகர்வோரின் அறியாமையை முறியடிக்கச் சில அமைக்கப்பட்டுள்ளன. எடுத்துக் காட்டாக வாழ்க்கைத் தொழில் அநுமதிமுறை, பாதுகாப்பு ஒழுங்கு படுத்துதல் முதலியனவாகும். நுகர்வோரின் தீர்ப்புகளைச் சார்ந்திருக்க நாம் விரும்பினால், அனுமதிபெற்ற, அநுமதி பெறாத மருத்துவர்களில் ஒருவரைத் தேர்ந்தெடுக்க, பாதுகாப்பு அளிக்கும் உடைக்க முடியாத கண் கண்ணாடிகளுக்குள் தேர்ந்தெடுப்பவற்றுள் அவர்களை அனுமதிக்கலாம். சில செலவினைக் கட்டுப்படுத்துகிறவைகளாகும். அவற்றின் துணைப் பொருள்களை ஒடுக்குவதன்மூலம் சமூக விரோத நடத்தையைக் குறைக்கலாம். குறிக்கோள் என்னவாக இருந்தாலும், நுகர்வோர் அவரது பட்டியலில் மிகப் பெரிய செல்வாக்கைப் பெற்றிருக்க வில்லை என்பதும் சமூகக் குறிக்கோடுகள் உதாரணமாக இருக்கும் என்பதை இவ் வொழுங்குபடுத்தல்கள் குறிப்பிடுகின்றன. அப்படிப் பட்ட ஒழுங்குபடுத்தல்களின் காரணமும் விளைவும் சமூகக் குறிக் கோள்களையும் பொருளாதரர ஆய்விற்குப் பயனற்ற கட்டுப்பாடுகளையும் சார்ந்துள்ளன.

நுகர்வோர்களின் இறைமையின் பயிற்சி உற்பத்தியாளர்களால் மேலும் சுற்றி வட்டமிடுகிறது. உற்பத்தியாளர்கள் அளிக்காத பொருள்களுக்கு அவர்களின் தேவைகளை நுகர்வோர்கள் கூற முடியாது. அது ஒரு சரியான ஊகம் அன்று. போட்டிச் சந்தையிலும்கூட விற்கப்படும் ஒவ்வொரு பொருளுக்கும் சில உற்பத்தியாளர்கள் இருப்பார்கள். நூல்களுக்கும் பதிவேடுகளுக்கும் தேவை இருந்து கொண்டிருக்கும்பொழுது அச்சில் இல்லாமல் போகலாம். குறிப்பிடத்தக்க உதாரணம் பெண்களின் பாணியாகும். பெண்களுக்கும் பாணி அமைப்பாளர்களுக்குமுள்ள இறைமைக்கான போட்டி ஒவ்வோர் ஆண்டும் புதுப்பிக்கப் படுகிறது. 1955 செவர்லெட் கார்களுக்கான, எப்போதும் இல்லாத, ஓர் ஆண்டாகும். ஆனால் அதைப்போன்ற ஒன்றை இன்று பெற

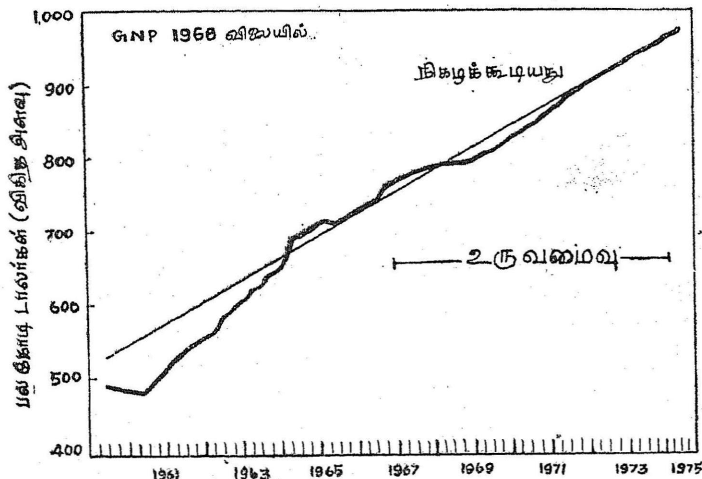
முடியாது. எந்த ஒரு வழக்கமற்ற ஆசைகள் அல்லது தேவைகள் திருப்தியளிக்கப்படாமல் போக நேரிடலாம்.

நுகர்வோர்கள் தேர்வுகளின் மேலான இக் கட்டுப்பாடு ஒரு வசப் படாத பொருளாதாரச் சச்சரவிலிருந்து எழுகிறது. அஃதாவது தரப் படுத்தலுக்கும் பல்வகை வேறுபாட்டுக்குமிடையிலான ஒரு சச்சரவைச் சந்தைகள் தாமுகவே தீர்த்துக்கொள்ள முடியாது. நீண்டகாலத் தேக்கமில்லாமல் விற்கக்கூடிய ஓரளவு பெரிய அணிகளாகப் பொருள் களின் எண்களைக் கட்டுப்படுத்தி ஓரளவு உற்பத்திமூலம் வளங்களைச் சேமிக்கலாம் ஆனால், தரப்படுத்தலின் அதே பொருளாதாரக் கொள்கை நுகர்வோரின் தேர்வுகளைக் கட்டுப்படுத்தி அவர்களின் திருப்தியைக் குறைக்கலாம். இந்த நேரத்தில் ஒரு சச்சரவு எழுகிறது. நாம் ஒதுக்கித் தள்ளிய பொருள்களின் தொகுதி நிச்சயிக்கப் பட்டுள்ளது என்றும், ஒவ்வொன்றையும் எவ்வளவு உற்பத்தி செய்ய வேண்டும்; எவ்வளவு நுகரவேண்டும் என்பதாகும். தத்துவப்படி உகந்த பல்வேறு வகையின் பிரச்சினையின் ஒரு தெளிவான பொருளாதார முடிவாகும். வளச்செலவில் அப்படி ஏற்படுவதை நுகர் வோர் திருப்தி அதிகரிப்பால் சமப்படுத்தினால், ஒரு பொருள் அல்லது பல்வேறு பொருள்களைக் கொடுக்கப்பட்ட அவற்றின் தொகுதியோடு சேர்க்கவேண்டும். ஆனால் அதிகமான பொருள்களை வாய்ப்பளிக்கும் திருப்திகளைக் குறிக்கும் ஒரு வழியைச் சந்தைகள் பெற்றிருக்கவில்லை. பல்வேறு வகைகள் ஒரு பார்க்க இயலாதப் பொதுப்பொருள், பொதுப் பொருள்களின் மதிப்புச் சந்தை நடத்தை பிரதிபலிக்க முடியாத ஒன்றாகும். முயற்சியுள்ள போட்டியாளர்கள் புதிய வகைகளை முயற்சிக்கும் ஒப்பீட்டுச் சந்தைகள் இப் பிரச்சனைக்குச் சிறந்த நடை முறை பதிலளிக்கிறது.

சந்தைகளும் சேர்ந்து திரளும் திறமையும்

பொருளாதாரத்திற்குக் கிடைக்கும் எல்லா வளங்களையும் பயன் படுத்தவேண்டுமென்பதுதான் சேர்ந்து திரளும் திறமையாகும். பொருள்களின் மொத்த தேவைக்கும் பொருளாதாரத்தின் உற்பத்தித் திறமைக்கும் ஒரு சமநிலையை அது கோருகிறது. தொழில் நுணுக்க மொழியில் கூறினால், தேவைப்படும் மொத்தப் பொருள்களின் அளவு ஆக்கச் சாத்திய எல்லையில் எங்காவது இருக்கவேண்டும் என்று அது கோருகிறது திறமையின் இந்த நோக்கம் இரு வழிகளில் மீறப்படலாம். அதில் ஒன்று வளங்களின் பயனையும் வேலைவாய்ப்பையும் பாதிக்கும் குறைவான மொத்தத் தேவையாகும், மற்றொன்று மிகவும் அதிக மான மொத்தத் தேவை, அதன் அறிகுறியும் விளைவும் பணவீக்கமு மாகும். அஃதாவது, உற்பத்தி செய்வதைவிட அதிகமான பொருள்களை

மொத்தத்தில் மக்கள் விரும்பும் நிலையை ஏற்படுத்துகிறது. பொருளாதார ஆலோசகர்கள் குழுவின் 1970ஆம் ஆண்டு அறிக்கையிலிருந்து எடுக்கப்பட்டது வரைபடம் 8—3 ஆகும். அது வளங்களின் முழுப்பயன்களுக்கும் அண்மைக் காலத்தில் உண்மையான பயன்களுக்கும் உள்ளத் தொடர்பை விளக்குகிறது. அவை எப்போதும் ஒத்து இருக்கவில்லையென்பது தெளிவாகும்.



பருவப்படி சரிப்படுத்தப்பட்ட ஆண்டு விலைகள்:

1955 மத்தியிலிருந்து 1962 iv வரை 3.5 சதவீதமாற்றக் கோடு. 1962 iv லிருந்து 1965 v.க்கு 3.75 சதவீதம், 1965 iv-லிருந்து 1969 iv-க்கு 4. சதவீதம், 1970 iv-லிருந்து 1671-க்கு 4.4 சதவீசம், 1971 iv-லிருந்து 1975 iv-க்கு 4.3 சதவீதம், மூலம்; பொருளாதார ஆலோசகர் குழுவும் வணிகத்துறையும்.

வரைபடம் 8—3

மொத்த நாட்டுப் பொருள்கள், உண்மையானதும் நிகழக் கூடியதும்: நடைமுறையில், உண்மையானமொத்த உற்பத்தி நிகழக்கூடியதைச் சுற்றி ஏறி இறங்குகிறது. சேர்ந்து திறனும் திறமையின் குறைபாடுகளைக் குறிப்பிடுகிறது. மூலம், பொருளாதார ஆலோசகர்கள் குழுவின் அறிக்கை: 1970.

நுகர்வோர் இறைமையின் நமது ஆய்வில், ஈட்டப்பட்ட வருவாயெல்லாம் நுகர்வோர்களுக்குக் கொடுக்கப்பட்டு அவர்கள் மொத்த வருவாயைச் செலவிட்டால், உண்மையான நிகழக்கூடிய உற்பத்திக்கிடையில் எத் தவறும் நேரிடாது என்று கண்டோம். தனிப்பட்ட சந்தைகள் சமநிலையில் இருக்கும்பொழுது, உற்பத்தி செய்யப்பட்டவை எல்லாம் தேவைப்பட்டு முழு உபயோகம் நிச்சயமாக இருக்கும். நிறுவனங்கள் நுகர்வோரின் வருவாயில் ஒரு பகுதியை

நிறுத்தி, நிறுத்தப்பட்ட வருவாயை முதலீட்டுப் பொருள்கள் வாங்கப் பயன்படுத்தினாலும் அதேபோல் உண்மையாக இருக்கும். அரசாங்கம் சில வருவாயை வரிமூலம் பெற்று அதற்குச் சமமாக இருக்கும் பொருள் களையும் பணிகளையும் வாங்கினாலும் அதே செயல்தான் இருக்கும். இந்த நிலைகளில் எல்லாம் உற்பத்தி செய்யப்பட்ட பொருள்களின் மதிப்பு எல்லாம் வேண்டப்படும் பொருள்களின் மொத்த மதிப்பிற்குச் சமமாக இருக்கும், மேலும் விலைகள் சரிப்படுத்தப்பட்டு ஒவ்வொரு பொருளுக்கும் ஒவ்வொரு பணிக்கும், ஒவ்வோர் உற்பத்தி வளங்களுக்கு முள்ள சந்தைச் சமநிலையில் இருக்கும். உற்பத்திக்கான வளங்களுக் கான சந்தைகள் சமநிலையில் இருக்கும்பொழுது, குறைந்த வேலை யின்மை அல்லது மிகை வேலைவாய்ப்பு இருக்காது. ஆக, சேர்ந்து திரளும் திறமை அடையப்படும்.

சேர்ந்து திரளும் திறமையைக்கொண்டுவரும் சந்தைவிலைச் சரிப்படுத்தல்களின் திறமை வாங்குபவர்களின் வருமானத்தை மட்டும் நுகர்வோர் முதலீட்டுப் பொருள்களிலும் பணிகளிலும் அவர்களின் எல்லா வருமானத்தையும் செலவிட விரும்புவதைச் சார்ந்துள்ளது. ஆனால், இவ் விருப்பத்தை உறுதிப்படுத்த சந்தைச் சரிப்படுத்தல் நுணுக்கத்தில் ஒன்றும் கிடையாது. கடந்த பாராவில் உள்ள எல்லா ஒரு வேளை, சில வேளை என்ற நிலைமைகளெல்லாம் மிகுதியாக அல்லது குறைவாக மீறப்பட்டுவிட்டன. சில நுகர்வோர்கள் கடன் வாங்கி வருமானத்தைவிட அதிகமாய்ச் செலவிடலாம், சிலர் சேமித்துக் குறைவாகச் செலவிடலாம். அப்படியாக அவர்களின் வருமானத்தில் 7 சதவீதம் சேமிக்கிறார்கள். நுகர்வோர் தேவையின் இக் குறைவு வணிக நிறுவனங்களாலும் அரசாங்கமும் நுகர்வோர் சேமிப்பைக் கடன் பெற்று முதலீட்டிற்குச் செலவிட்டும் அரசாங்க நடவடிக்கைகளுக்குச் செலவிட்டும் சரிப்படுத்துகிறார்கள். ஆனால், அரசாங்கமும் வணிகர் களும் சேமிக்கப்பட்டவை எல்லாவற்றையும் எடுத்துக் கொள்கிறார்கள் என்று கூற முடியாது, அவர்கள் அப்படிச் செய்வதில்லை என்று புள்ளி விவரங்கள் காட்டுகின்றன. மொத்தத் தேவையும் மொத்த அளிப்பும் சமமாக இல்லாவிட்டால், தனிபொருள் சந்தைகளின் விலைச் சரிப்படுத்தல்கள் முழுச் சமநிலையை ஏற்படுத்த முடியாது. குறைபாடு எங்காவது நிகழும்.

மொத்தத் தேவையையும் மொத்த அளிப்பையும் சமப்படுத்தக் கூடிய முறை கிடையாது என்று கூற முடியாது. நிதிச் சந்தைகள் அம் முறையாகும். அவை வட்டிவீதம், மற்ற முறைகள்மூலம் சேமிப்பு அதிகமாக இருக்கும்பொழுது முதலீட்டுச் செலவை ஊக்கப் படுத்துகிறது. மற்ற நேரங்களில் அதை விலக்கி வைக்கிறது. இச் சந்தைகள் மற்ற சந்தைகளிலிருந்து மாறுபட்டுப் பல நூதன

இயல்புகளைப் பெற்றிருக்கின்றன. ஆகையால் அவற்றைப்பற்றிச் சிறப்பாகக் கற்கவேண்டும். அக் கல்வியைப்பற்றிப் பணவியலும், தேசிய வருவாய் ஆய்வு[1]ம் என்ற நூல் தெளிவுபடுத்துகின்றது.

சந்தைகளும் இயக்கநிலைத் திறமையும்.

நீண்ட காலத்தில் ஒரு பொருளாதாரம் அப்போது எவ்வளவு உற்பத்தி, செய்கிறது அல்லது எவ்வளவு திறமையாக அதன் பொருள்களை[2]ப் பங்கிடுகிறது என்பதைக்காட்டிலும், அஃது எவ்வாறு வளர்கிறது; விருத்தியடைகிறது என்பது முக்கியமாகும். சென்ற பகுதியில் குறிப்பிடப்பட்ட நுகர்வு, முதலீடு, அரசாங்க நடவடிக்கைகளின் மேலான செலவுகளின் பகுப்புப் பொருளாதார வளர்ச்சிக்குப் பெரும்பாலும் உதவுகிறது. இப் பகுப்புப் பொருளாதார வளர்ச்சியின் நோக்கமாகும். அது சந்தைகளின் நடவடிக்கைகளுக்கும் வளப் பங்கீட்டுப் பிரச்சினைக்கும் உள்ள தொடர்பைத் தெளிவாகக் காட்டுகிறது. அதைப்பற்றிக் கவனமாகக் கருதுவோம்.

வருங்கால முதலீடு பல உருவங்களை எடுக்கிறது. தேயும் இருப்புகளை மாற்றி அமைக்கவேண்டிய உறுப்புகளும் தொழிற்சாலை அமைப்பும் ஏற்படுத்தி, ஆக்கச் சாத்திய எல்லையைத் தள்ளும் முறையை ஏற்படுத்துவதும் தெளிவாக உள்ளது. சுருக்கமாக எதிர்கால உற்பத்திக்கு மனிதனால் உருவாக்கப்பட்ட உருப்பொருள்களைப் பயன்படுத்தவேண்டும். கல்விக்கான செலவு தேர்ச்சி பெற்ற தொழிலாளிகளையும் பயிற்சிபெற்ற நிர்வாகத்தையும் அதிகரித்து எதிர்கால உற்பத்தியை அதிகரிக்க உதவுகிறது. இது 'மனித முதலில்' முதலீடு எனப்படும். மேலும் கண்டுபிடிப்புகளும் விருத்தியான முறையை ஏற்படுத்துவதற்கும் செலவிடப்படும் வளம் பொருளாதாரத்தின் உற்பத்தித் திறமையைப் பலப்படுத்துகிறது. இப்படிப்பட்ட அறிவுகளெல்லாம், பார்க்க முடியாதனவாக இருந்தாலும், மிக முக்கியமான[3] எதிர்கால நோக்கான பொருளாதாரப் பொருளின் ஒரு வகையாகும்.

[1] டீயன்சுபெரியின் 'பணமும் கடனும்' என்ற இவ் வரிசையின் தேசிய வருவாய் ஆய்வு என்பதைப் பார்க்கலாம்.

[2] B நாட்டைவிட A நாடு இருமடங்கு வருமானத்தைப் பெற்றிருந்தால், ஆனல், B 3 சதவீதம் அதிகமான வளர்ச்சியைப் பெற்றிருந்தால், B நாடு Aயை 23 ஆண்டுகளில் மிஞ்சிவிடும்.

[3] பொருளியல் சார்ந்த அறிவின் அல்லது அதன் விலைகளின் அதிகரிப்பின் அளவை அளவிடுவது மிகவும் கடினம். 20ஆம் நூற்றாண்டின் முதற் பகுதியின் அமெரிக்கப் பொருளாதாரத்தில் ஏற்பட்ட $\frac{1}{3}$ அதிகரிப்புத் தொழிலாளர், மூலதன இருப்பின் அதிகரிப்பாலும் ஏற்பட்டது என்றும் $\frac{2}{3}$ பங்குத் தொழில் நுணுக்கமுறை வளர்ச்சியினல் ஏற்பட்டது என்றும் கண்டுரைக்கப்பட்டது. இக் கணிப்புகள் விவாதிக்கப்படுகின்றன, ஆனல் எல்லாக் கணிப்புகளும் புலனாகாத பொருளின் முக்கியத்துவத்தை உறுதிப்படுத்துகின்றன.

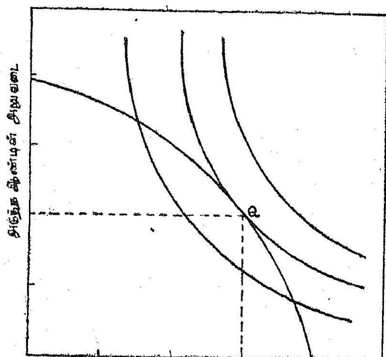
இயற்பியல் மூலதனம், மனித மூலதனம், தகவல் மூலதனம் முதலியவற்றின் ஒவ்வொன்றையும் உற்பத்தி செய்ய வேண்டு மென்ற தீர்மானம் எடுக்கவேண்டும். ஒரு சந்தைப் பொருளாதாரத்தில் இம் முடிவுகள் அவர்களின் கல்வித் திட்டங்களைத் தனிப்பட்டவர்கள் தேர்ந்தெடுப்பதாலும், அதிகாரம் 3-ல் விவரிக்கப்பட்டதைப்போல் எண்ணற்ற நிறுவனங்கள் அவர்களின் நீண்டகால மூலதன வாக்குறுதிகளாலும் ஏற்படுத்தப்படுகின்றன. அரசாங்கமும் கல்வி, ஆராய்ச்சித் திட்டங்களின்மூலமும், தனியார் முதலீட்டைப் பாதிக்கும் பல்வேறு முறைகள்மூலமும் பொருளாதார வளர்ச்சியை முதலீடு செய்தும் பாதிக்கப்படுகிறது.

இயக்கவியல் திறமையின் சோதனை எனப்படும், இப்படிபட்ட முடிவை மதிப்பிடவும் வழிகாட்டுவதற்கான ஒருசோதனையை இன்னும் நாம் கொடுக்கவில்லை. நிகழ்கால நுகரக்கூடிய அனுபவிக்கக்கூடிய உற்பத்தியைத் தவிர்த்து எதிர்காலத்திற்கு ஒரு சமூகத்தின் பொரு ளாதார முயற்சியை எவ்வளவு ஒதுக்கப்படவேண்டுமென்பது ஆணித் தரமான பிரச்சினையாகும். ராபின்சன் குருசோவும்கூட, இப்படிப்பட்ட வினாவை எதிர்ப்படுகிறார். அடுத்த ஆண்டின் பெரிய அறுவடைக்கு வேண்டிய நிலத்தைச் சீர்படுத்த இந்த ஆண்டு சாகுபடியிலிருந்து எவ்வளவு நேரம் முயற்சியை மாற்றவேண்டுமென்பதை அவன் தீர்மானிக்கவேண்டும். நமக்குப் பழக்கமாகிவிட்ட இருபொருள் ஆக்கச் சாத்திய எல்லை, வரைபடம்மூலம், (வரைபடம் 8—4-ல்)[1] காட்டப் பட்டுள்ளதைப்போல், குருசோ இவ் வினாவிற்குப் பதிலளிக்கலாம். அவ்விரு பொருள்களும் இவ்வாண்டுப் பொருளும் அடுத்த ஆண்டுப் பொருளும் சேர்ந்தனவாக அவை இருக்கும். அப்படியில்லாவிட்டால் ஒரே நேரத்தில் கிடைக்கும் இரு பொருள்களின் தேர்வைப்போலவே இருக்கும். குருசோ Q என்ற முனையைத் தேர்ந்தெடுக்கிறார். அங்கு ஆக்கச் சாத்திய எல்லை உயர்ந்து அடையக்கூடிய சமநோக்குக் கோட் டைத் தொடுகிறது. இத் தேர்ச்சி, அவரது முயற்சியின் பகுப்பு இரண்டு ஆண்டுகளின் பொருள்ஆகிய இரண்டையும் தீர்மானிக்கிறது.

இருபொருள் நிலையில் ஆக்கச் சாத்திய எல்லையின் மேலான ஒரு முனையின் தேர்வும் இரு பொருள்களின் சம்பந்தப்பட்ட விலைகளைத் தீர்மானித்தது. இங்கு அதைப்போன்ற ஒன்று பொருந்துகிறது. முனை Q-லிருந்து விலகி இவ்வாண்டு அறுவடையில் ஒரு மூட்டைக் குறைப்பு அடுத்த ஆண்டில் 1.2 மூட்டை அதிகரிப்பை அனுமதிக் கிறதென்று வைத்துக்கொள்வோம். அப்படியான இரு பொருள்களைக்

[1] 2 குருசோவும்கூட இரண்டிற்குமேல் கருத விரும்பலாம், இது கலைப்பணி யைச் சிக்கலாக்கும், ஆனால் ஆதார ஆய்வைப் பாதிக்காது.

கூறலாம். ஆக்கத்தைப் பொறுத்தவரை ஒரு மூட்டைக்கான ஒரு முதலீட்டிற்கு 20 சதவீத வட்டி, அடுத்த ஆண்டு 20 சதவீத வட்டியுடன் கிடைக்கும் என்று கூறலாம். குரூசோவின் விருப்பத் தேர்வு அல்லது சமநோக்குக் கோட்டைப் பொறுத்தவரை, அடுத்த ஆண்டு 20 சதவித விளைவை எதிர்பார்த்து ஓர் இறுதிநிலை விலையை விட்டுக் கொடுப்பைத் தேர்ந்தெடுக்கிறார். குரூசோவின் மிகச் சிறந்த தேர்வு, அவரது கால விருப்பத்தின் உள்நோக்கான வீதத்திற்கு (ஆக்கக் கருதல்களினால் தீர்மானிக்கப்பட்டுள்ளது) வட்டி வீதம் சமமாக இருக்கும் ஒரு முனையைத்தேர்ந்தெடுப்பதாகும். ஆக்கச் சாத்திய எல்லைக்கும் ஒரு சமநோக்குக் கோட்டிற்கு



வரைபடம். 8—4.

குரூசோவின் கால விருப்ப வரைபடம்: குரூசோ அடுத்த ஆண்டு அறுவடையை அவரது கால விருப்ப விகிதத்திற்கும் வட்டி வீதத்திற்கும் சமமாக்கித் தீர்மானிக்கிறார்.

மிடையிலான தொடுகோட்டின் ஒரு முனையாக அஃது இருக்கும். அங்கு இரண்டும் அதே சாய்வைப் பெற்றிருக்கும்.

தனி நபருக்குள்ள உண்மை ஒரு பெரிய சமுதாயத்திற்கும் அறிவுறுத்துவதாக இருக்கும். ஆனால் ஒரு சிக்கலான பொருளாதாரத்திற்கு வேறுபட்டதாக இருக்கும். அங்கு நிறுவனங்களும் அரசும் முதலீட்டின் பெரும் பகுதியைச் செய்கின்றன, குடும்பங்கள் சேமிப்பின் பெரும்பகுதியைச் செய்கின்றன. (குரூசோ இரண்டையும் செய்ததைக் கவனி). மேலும் குரூசோவின் தீவில் ஒரே ஒரு நுகர்வோரின் வருவாய் தேசிய வருவாயைப்போல் மிகவேகமாக அதிகரித்தது. மாறாக ஓர் உண்மைப் பொருளாதாரத்தில் அப்படிப்பட்ட நெருங்கிய தொடர்பு நிலவவில்லை. சில நுகர்வோர்கள் நிகழ் காலத்தை எதிர்கால நுகர்ச்சிக்காகத் தியாகம் செய்வதில் மற்றவர்களிலிருந்து வேறுபட்டு உணர்கிறார்கள் என்பது தெளிவானது. அதற்கு மேலும் குரூசோ ஒரு சந்ததியைப் பெற்றருக்கவில்லை. ஆனால், ஓர் உண்மையான சமூகத்தின் பொறுப்புகளில் ஒன்று எதிர்கால சந்ததிகளுக்கும் கொடுக்க வேண்டியுள்ளது. ஆகையால், நிகழ்கால நுகர்ச்சிக்கும் எதிர்காலத்திற்கான சேமிப்பிற்கிடையில் வருவாயின் நியாயமான பகுப்பு ஓர் இயல்பான சமூகத்திற்குள்ளதைக் காட்டிலும் குரூசோவிற்கு மிகவும்

தெளிவாக உள்ளது. அங்குத் தனிப்படுத்தப்பட்ட சேமிப்பும் முதலீட்டுத் தீர்மானமும் இணையாக்கப்படவேண்டும். பல தனி நபர் உணர்ச்சிகளும் சமரசப்படுத்தப்படவேண்டும்.

குருசோவின் தீவிலிருந்து ஓர் எண்ணத்தை எடுத்துச் செல்லலாம். அவரது ஆக்கச் சாத்திய எல்லையின்மேல் ஒரு முனையைத் தேர்ந்தெடுத்தார் என்பதைக் கவனி. ஓர் இயல்பான சமூகம் தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட நுகர்ச்சி மட்டத்திற்கேற்ப உற்பத்தியின் பெரிய வளர்ச்சி வீதத்தை அடையும்படியாக முதலீடு செய்யவேண்டும். மாறாகச் செய்தால் நிகழ்கால மகிழ்ச்சியைப் பயனற்ற தியாகம் செய்வதாகும். கீழே எப்படிச் சந்தை நடவடிக்கைகள் அதைப் பெறுகின்றன என்று பார்ப்போம். அதற்குமேல், ஒவ்வொரு நுகர்வோரும் நிகழ்கால நுகர்ச்சிக்கும் எதிர்காலத்திற்கான சேமிப்புக்குமிடையில் அவரது வருவாயைப் பகுப்பதில் முடிவு செய்யச் சுதந்திரமாய் இருக்கவேண்டும். இம் முடிவுகள் மொத்தத்தில் நிகழ்கால நுகர்ச்சியைத் தீர்மானிக்கும். நிச்சயமாக, இம் முடிவுகளை, நிகழ்காலத் தியாகம் எவ்வளவு எதிர்கால நுகர்ச்சியைப் பெறும் என்பதை அறிய ஏற்படுத்தவேண்டும். ஆனால், நுகர்வோர் இறைமைக்கான நிலை நுகர்ச்சிப்பொருள்களைப் பட்டியல்களின் ஒதுக்கீட்டிற்குள்ளதைக் காட்டிலும் நுகர்ச்சி-சேமிப்புச் சந்தர்ப்பத்தில் குறைவாகக் கட்டாயப்படுத்துவதாக இருக்கிறது. ஏனென்றால், நீண்ட எதிர்காலத்தின் ஆர்வங்கள் சம்பந்தப்படுகின்றன எடுத்துக்காட்டாக, இப்போதுள்ள சந்ததிகள் மாற்றீடு செய்ய முடியாத உலகப் பெட்ரோல் அளிப்புகளை விரயம் செய்யவும் அல்லது தண்ணீரிலும் சூழ்நிலை[1]யிலும் அழிக்கமுடியாத நஞ்சை அவர்களுக்கு விட்டுச் செல்வதிலும் தகுதி பெறவில்லை என்று நிலைநாட்டப்படுகிறது. தனிநபர் முடிவுகள் அப்படிப்பட்ட நீண்டகால விளைவுகளைக் கணக்கில் எடுக்கும் என்று எதிர்பார்க்க முடியாது. உண்மையில், சமுதாயத்தின் சார்பாக அரசாங்கம் பெரும்பகுதியைச் சேமிக்கிறது. மேலும் தனியார் சேமிப்பையும் பல வழிகளில் கவர்கிறது. நுகர்வோர் இறைமை சேமிப்பு முதலீடு சூழ்நிலையில் பெருவாரியாக ஆட்சி செய்யவில்லை.

எப்படிச் சமூகத் தேர்வுகள் உண்டாக்கப்படுகின்றன என்ற வினாவுடன் நாம் இருக்கிறோம். இதற்குப் பொதுவான பதில் கிடையாது. சந்தைகள் பதிலளிக்கத் தகுதியற்ற மற்றும் பல வினாக்களைப்போல், அரசியல்முறைமூலம் சச்சரவை அளப்பதிலும் நியாயமாகக் கருதத்தக்க மதிப்புகளையும் அது சார்ந்துள்ளது. இயக்கம்

[1] எதிர் காலத்திற்கு அதிகமான பொறுப்பை ஏற்கக்கூடாது. ODTயை விட்டு விடுவது இந்தியாவிற்கு அறிவுள்ள செயலா? அப்படிச் செய்தால், பற்றுக் குறை உணவு உற்பத்தி மேலும் குறையும், நாம் குடிதண்ணீரைச் சுத்தபபடுத்துவது போல் அடுத்த சந்ததி DDT ஐ வசதியாக ஒழிக்கும் முறையை அறியலாம்.

சார்ந்த திறமைக்கான ஒரு சோதனையை ஏற்படுத்துவதற்கு அணமையில் வந்து விட்டதைப்போல் இருக்கிறது.

தகுதியான தனி முடிவுகள் என்பது, சேமிக்கக் குடும்ப முடிவுகளும் முதலீடு செய்ய நிறுவனங்களின் தீர்மானங்களும் ஆகும். குருசோவைப்போல் இல்லாமல், பொருளாதாரத்தின் ஆக்கச் சாத்திய எல்லையால் தீர்மானிக்கப்படும் ஆர்வ வீரத்தைக் குடும்பங்கள் அறிந்திருக்கவில்லை, அதைப்போல அவர்களின் சமநோக்குக் கோடுகளால் தீர்மானிக்கப்படும் நுகர்வோரின் கால விருப்பத்தின் வீதத்தை நிறுவனங்கள் அறிந்திருக்கவில்லை. இம் முடிவுகள் நிதிச் சந்தைகளின் மூலம் இணைக்கப்படுகின்றன.

ஓர் ஆக்கச் சாத்திய எல்லைக்குப் பதிலாக, ஒரு தனிப்பட்ட குடும்பம் சந்தை வட்டி வீதத்தில் கடன் வாங்கவும் கொடுக்கும் வாய்ப்புகளுடன் உள்ள ஒரு நிதிச் சந்தையை மோதுகிறது. எதிர்கால நுகர்வுக்குத் தற்கால நுகர்வை மாற்றுவதற்கான விதிகள் ஒரு பட்டியல் கோட்டால் அதைக் காட்டலாம். அது ஒன்றுடன் கூட்டப்பட்ட குடும்பம் கடன் அளிக்கும் வட்டி வீதத்திற்குச் சமமான ஒரு சாய்வாக இருக்கும் (அதிகாரம் 5-ல் நுகர்வோர் தேர்வுகளின் தத்துவங்களோடு ஒப்பிடு), வட்டி வீதம் உயர்ந்ததாக இருந்தால், பட்டியல் கோடு செங்குத்தானதாக இருக்கும் தத்துவப்படி நுகர்வோர்கள் அதிகமாய்ச் சேமிக்கத் தூண்டப்படுவர். நடைமுறையில் நுகர்வோர் சேமிப்பு வட்டி வீதத்திற்கு உணர்ச்சி வசப்பட்டதாகத் தெரியவில்லை. தற்போதைய, தள்ளிப்போட்ட நுகர்ச்சிக்கிடையிலான நூதன நுகர்வோர் சமநோக்குக் கோடு பழக்கப்பட்ட நுகர்ச்சி[1] மட்டத்தில் சுற்றி வளைந்து மூலைக்குச் செல்கிறது.

நிறுவனத்தின் முதலீட்டுத் தீர்மானங்கள் சந்தைவீத வட்டிக்கு மிகவும் எதிர்க்குறிப்பளிக்கிறது. நிறுவனம் ஆக்கச் சாத்திய எல்லையை அறியவில்லை. ஆனால், அஃது அதனுடைய ஆக்கச் சாத்தியங்களை அறிந்து, அதன் கடன் பெறக்கூடிய வட்டிவீதத்துடன் அவற்றை ஒப்பிடுகிறது. இதனை அதிகாரம் 3-ல் பார்த்தோம். அவ்வாய்வின்படி, கூடுதலான பெருக்கம் அனுமதிக்கும் மாறுஞ் செலவின் குறைவைக் காட்டிலும் மாருச் செலவுகளின் கூடுதலான பெருக்கம் அதிகமாய் இருக்கும் முன்னவரை ஒரு நிறுவனம் அதன் தொழிற்சாலையை பெருக்கச் செய்யும். இம்மாதிரிச் செலவுகள் வட்டிவீதம் மாறும்பொழுது அதிகரிக்கும். சமூக நோக்கு நிலையில், முதலீடு செய்யப்பட்டால்

1 சில நுகர்ச்சி மட்டத்தில் கூர்மையான வளைவைக் காட்டும் சம நோக்குக் கோடுகளுடன் வரைபடத்தை வரைந்தால, வட்டி வீதத்தின் மாற்றங்களுக்குக் குறைந்த எதிர்க்குறிப்பை அது குறிப்பிடுகிறது என்பதைக் கவனி.

எதிர்காலத்திற் சேமிக்கப்படும் வளங்களின் மதிப்புடன் இப்போது முதலீடு செய்யத் தேவைப்படும் வளங்களின் மதிப்பை நிறுவனம் ஒப்பிடுகிறது. செலவினால் உண்டாகும் வட்டியைச் சரிக்கட்டப் போதிய நடப்புச் செலவைவிட மாறுஞ் செலவுகளின் எதிர்காலச் சேமிப்புகள் அதிகமாய் இருந்தால் முதலீடு செய்யப்படும். இஃது இரு மாற்றியமைப்புடன்கூடிய குருசோவின் தீர்மானத்தைப் போன்றதாகும். பல எதிர்கால ஆண்டுகள் கணக்கில் எடுக்கப்படுகின்றன. கடன் கழிவு நிதி, சூத்திரமூலமாகவும் குருசோவின் வளைந்துள்ள சம நோக்குக்கோடுகள் நேர்க்கோடுகளால் மாற்றப்படுகின்றன. அதன் சாய்வுச் சந்தை வட்டி வீதத்தைச் சுட்டிக் காட்டுகிறது (இந்த நேர்க் கோடுகள் நிறுவனத்திற்குத் தகுந்த பொருத்தமான சம நோக்குக் கோடுகளாகும்.

இப்போது சந்தை வட்டி வீதம் சரிப்பட்டு, நிறுவனங்கள் முதலீடு செய்ய விரும்பும் தொகைக்கு (கடனுக்கான தேவை) நுகர்வோர்கள் சேமிக்க விரும்பும் தொகைக்குச் சமமாக இருந்தால் (சேமிப்பின் அளிப்பு), முதலீட்டின் உற்பத்தித் தன்மை (அவர்கள் சேமிக்கும் வளங்களின் மூலம்) நுகர்வோரின் கால விருப்பத் தேர்வின் வீதங்களுக்குச் சமமாக இருக்கும். இரண்டும் சந்தை வட்டி வீதத்திற்குச் சமமாக இருக்கும். சேமிப்பு முதலீட்டு வினாவிற்குப் பதில் குருசோ கண்டறிந்ததைப்போல் உள்ளதாக இருக்கும். நமது இயக்கவியல் சோதனை நன்றாக விளக்கப்படாவிட்டாலும், ஒரு விதத்தில் மிகவும் விரும்பத்தக்கதாக இருக்கும். ஏனென்றால், இந்த நிலைமைகளில் எதிர்பார்க்கும் எதிர்கால அதிகரிப்பிற்கு விரும்பிச் செய்வதைக் காட்டிலும் ஒரு சிலரைத் தற்கால நுகர்ச்சியை அதிகமாகத் தியாகம் செய்யக் கட்டாயப்படுத்தாமல் எதிர்காலத்திற்கு அதிகமாய்ச் சேமிப்பது முடியாத காரியமாய் இருக்கும்.

ஆனால் நிதிச் சந்தைகளும் முதலீட்டுத் தீர்மானங்களும் உண்மையில் அவ்வளவு எளிதானவையல்ல. அதனால்தான், மற்றும் இரு நூல்கள் அவற்றின் சிறப்புக் குணங்களுக்கும் சிக்கல்களுக்கும் சுட்டுபடுத்தப்பட்டுள்ளன. சிக்கல்களில் சிலவற்றை மிகவும் சுருக்கமாகத் தொகுக்கலாம். நிதிச் சந்தைகள் மிகவும் நிறைகுறைவானவையாகும். நுகர்வோர்களால் அவர்களின் முடிவை அடையப் பயன்படுத்தும் வட்டி வீதங்கள் நிறுவனங்களால் செலுத்தப்படுவனவற்றிலிருந்து வேறுபடுகின்றன. மேலும் வேறுபட்ட நிறுவனங்கள் மாறுபட்ட வட்டி [illegible]களுக்குத் தொடர்பைப் பெறுகின்றன. ஆகையால், ஒரு தனிப்பட்ட நிறுவனத்தால் பார்க்கப்பட்ட சந்தை வட்டி வீதம் ஆக்கச் சாத்திய எல்லையின் சாய்வுடன் கலக்கவேண்டிய அவசியமில்லை. நுகர்வோர்கள் வேறு ஒரு வட்டி வீதத்தைப் பார்த்து அவர்களின் சம

நோக்குக் கோடுகள் இன்னும் வேறுபட்ட சாய்வுகளைப் பெற்றிருக்கும் சேமிப்பின் மட்டத்தைத் தேர்ந்தெடுக்கிறார்கள்.

நுகர்வோர் காலத் தேர்வின் வீதங்களும் ஆக்கச் சாத்திய எல்லையிலும் தீர்மானிக்கப்படுகிற உண்மையான வட்ட வீதத்திற்கு முள்ள இடைவெளி, நிறுவனங்களின் முதலீட்டிற்கு நுகர்வோரின் சேமிப்பு நெருக்கமாக இணைக்கப்படவில்லை என்ற உண்மையால் அகலப்படுத்தப்படுகிறது. ஒரு தடுப்பு முறை இருக்கிறது. நுகர்வோர் அல்லது அவரது வங்கி சேமிக்கப்பட்ட பணத்தை முதலீடு செய்பவருக்குக் கொடுக்க விரும்பவேண்டும். அல்லது நுகர்வோரால் சேமிக்கப்பட்டதைக் கடன் பெற ஒரு முதலீடு செய்பவரைக் கண்டுபிடிக்க வேண்டும். கடன் பெறுவதும் சேமிப்பதும் வட்டி வீதத்தின் சந்தைச் சரிப்படுத்தல்களால் இணைக்கப்படாவிட்டால், சேர்ந்து திரளும் சம நிலையின்மை ஏற்படும். கடைசியாக, ஒரு முதலீட்டை ஏற்படுத்தும் முடிவு பொதுவாக உறுதி அளிக்கப்படமாட்டாது. மேலும் மிகையாக ஊகத்துக்கிடமானது[1]தாகவும் இருக்கும் என்ற உண்மையை நமது தீர்மானம் புறக்கணிக்கிறது. நுகர்வோர்கள் சேமிக்க விரும்பும் வட்டி வீதத்திற்கும் நிறுவனங்கள் முதலீடு செய்ய விரும்பும் ஒன்றுக்குமுள்ள ஒரு கூடுதலான சந்தர்ப்பத்தை இது கொடுக்கிறது.

இதுவும் மற்றும் சில காரணங்களுக்காகவும் ஓர் உண்மையான பொருளாதாரம் முதலீட்டு உற்பத்தித் திறனுக்குச் சேமிக்க விரும்புவதன் மெதுவான சரிப்படுத்தலை அடைய முடியாது. உண்மையான நிதிச் சந்தைகள் அதிகமாய்ப் போனாலும், இயக்கவியல் திறமைக்கு ஒத்திருத்தலை அடைகிறது. இருந்தாலும், அவர்கள் முதலீடு செய்யத் தீர்மானிக்கும் நிதியைத் திறமையாகப் பயன்படுத்த அவை நிறுவனங்களைத் தூண்டும். இஃது ஏனென்றால் நிறுவனங்கள் முதலீட்டிற்கான நிதியைக் குறிப்பிட்ட முதலீடுகளுக்குப் பயன்படுத்துவார்கள். அஃது எதிர் காலத்தில் மிகவும் அதிகமான லாபத்தை அளிக்கக் கூடியதாய் இருக்கும். அசையா நிலையில் உள்ளதைப்போல், உயர்ந்த லாபத்திற்கு முயலுதல் ஆக்கச் சாத்திய எல்லையில ஒரு முனையைக் குறியிடுவதற்குச் சமமாகும்.

பொருளாதாரத் திறமையின் சமூக மதிப்பு

பொருளாதாரத் திறமையில் ஐந்து பரிமானங்களைப் பார்த்தோம். அவை திறமைப் பங்கீடு, திறமை ஆக்கம், நுகர்வோர் இறைமை, சேர்ந்து திரளும் இயல்புடைய திறமை, இயக்க நிலைத்திறமை ஆகிய ஒவ்வொரு நிலையிலும் போட்டிச் சந்தைகள் அப்படிப்பட்ட திறமையை அடைவதற்கான முக்கியக் குணாதியங்களைப் பெற்றிருக்கின்றன.

[1] இது மனித முதலில் உண்மை முதலீடுகளாக இருக்கும், தகவல் முதலாகவும் இருக்கும், அதுதான் ஆராய்ச்சி.

ஆனால் நடைமுறையில் உண்மையான பொருளாதார வாழ்வில் பல சிக்கல்கள் முழுப் பேற்றைத் தடுக்கின்றன. இவ் வாய்ப்புகளின் முக்கியமான நடைமுறைச் சிக்கல்கள் பலவகையான அரசாங்க மேற்பார்வைச் சரிபடுத்தல்களுக்கான அவசியத்தை ஏற்படுத்துகின்றன. இவை திறமையான செயல் சந்தைகளை ஏற்படுத்துவதற்காகச் செய்யப்படுகின்றன. ஆதார மறு கட்டுதல் எந்த நிலையிலும் குறிப்பிடப்படவில்லை. பொருளாதாரத் திறமையை நிலைப்படுத்த முடியாது. மையமாகத் திட்டமிட முடியாதபடி மிகவும் சிக்கலாக உள்ளது. திறமையின் பல முறைகள், எவ்வாறு நுட்பமாகவும் தருவிக்கக்கூடியனவாகவும் இருக்கின்றனவென்றும், எவ்வாறு உள் நாட்டுப் பரவலாக்கப்பட்ட சந்தைகள் இத் தேவைகளைப் பதிலளிக்கின்றனவென்றும் பார்த்தோம். உண்மையில், போட்டிச் சந்தைகள் திறமையான பொருளாதார நடவடிக்கையால் தூண்டப்படும் நுணுக்கம் முழு நூலின் மையத் தலைப்பாக இருக்கிறது.

ஆனால், ஒரு செல்வாக்குடைய சிந்தனையாளர்கள் இருக்கின்றனர். நமது பொருளாதார முறையில் ஒரு முழு மாறுதல் செய்யப்பட வேண்டுமென்று கூறுவோர், புதிய இடதுசாரிப் பொருளியல் அறிஞர்களே ஆவர். இச் சிந்தனையாளர்களின் கூற்றின்படி திறமைமட்டும் போதாது, மேலும் அது மிகவும் முக்கியமானதும் அன்று, திறமை ஒரு பொய்க் கடவுள், மக்கள் பலி கொள்ளும் அமைப்பாகவும் இருக்கிறது. அதற்குப் பொருளாதாரம் மனிதர்களைத் தியாகம் செய்கிறது. அதற்காக மனித மதிப்புகளையும் நெறி தரங்களையும் ஒதுக்கித் தள்ளுகிறது, அஃது ஒரு நிலை. இறுதியான மதிப்புகளில் உயர்ந்த விலையில் திறமையை வாங்குகிறோம் என்று நினைக்கும் எவரும் அப்படி நினைக்கத் தகுந்தவர்களாக இருக்கலாம். உண்மையான செலவுத் திறமைக்கும் மிகவும் திறமையான பொருளாதார முறையை ஏற்படுத்தும் உண்மையான செலவிற்கும் ஒரு பொருத்தமான க...னத்தை அறிந்த பின்னரே, அத் தகுதியுள்ளவர் ஆகிறார். பல புதிய இடதுசாரி எழுதுதல் சட்டப்பூர்வமாக முன்னைய செலவுகளை அதிகமாகக் கூறி இலேசாக மறைமுகமாகப் பிந்தியவற்றைக் குறிப்பிடுகிறதென்று தோன்றுகிறது.

பழைய (மார்க்சிய) இடதுசாரிகள் முதலாளித்துவ உச்சநிலை உழைப்பாளிகளை அடிமைகளாக ஆக்கும் என்று எடுத்துக் கூறினார்கள் அதைப்போல ஒருபோதும் நிகழவில்லை. இப்போது புதிய இடதுசாரிகள் ஒரு மி வும் நுட்பமான மட்டத்திற்குக் காரணத்தை மாற்றுகிறார்கள். அங்கு அனுபவத்தை மெய்ப்பித்துக் காட்டலும் மறுப்புரையும் கடினமாக இருக்கின்றன. முதலாளித்துவம் அல்லது சந்தை சுற்றுப்படுத்தும் பயிற்சி உழைப்பாளிகளைப் பருப்பொருள் மூலமாகப் பலப்படுத்துகிறது என்பதை ஆமோதிக்கிறது. ஆனால், அது

நேரத்தில் அவர்களை ஆன்மீகத்திலும் நெறியிலும் ஏழ்மையாக்குகிறது என்று ஒத்துக் கொள்ளுகிறார்கள். அஃது உழைப்பாளியை ஓர் இயந்திரத்தின் உள் பொருளாக ஆக்குகிறது. அது கொடூரத்தில் ஆழ்த்துகிறது. அஃது அவனது சுய அறிவை இழக்கச் செய்கிறது. அவனது சமூக மனப்பான்மையையும் மனித இயல்பையும் இழக்கச் செய்கிறது.

உழைப்பு நாள், நாளுக்குநாள் குறுகுகிறது, உழைப்பாளி ஒரு குந்தாளியை இயக்குவதற்குப் பதிலாக, நிலச்சமன் பொறியில் அமர்கிறான், கல்விநிலை உயர்கிறது, மனமகிழ்வு, கேளிக்கை, பண்புள்ள பணிகள் ஆகியவற்றோடு தொடர்பு ஏற்படுகிறது. இப்படிப்பட்ட மனித முன்னேற்றத்தின் தோற்றங்களெல்லாம் பொய் அல்லது உழைப்பாளிகளை அவர்களின் வலையில் விழவைக்கும் தந்திரங்கள் என்னலாம். எப்படி விவாதம் செல்லுகிறதென்று நான் மிகைப்படுத்தவில்லை. அதைப் போல் செல்லவேண்டும். ஏனென்றால், பொருளாதாரத் திறமைக்கு எதிராக விவாதிக்க முடியாது. என்ன சொன்னாலும், திறமை என்பது குறைவான உழைப்பிற்குக் கிடைக்கும் மனித அனுபவித்தலுக்கான பருப்பொருள் என்னலாம்.

ஆனால், விலைத்திறமையைப் போல் ஒரு சந்தைச் சார்புள்ள பொருளாதாரத்தின் இழிவான, அடர்த்தியான சமத்துவமற்ற நிலைமைகளெல்லாம் ஏற்றுக்கொள்ள வேண்டுமா? அல்லது மாறான முறையில் நமது கோளத்தைக் கெடுக்காமலும் நமது சமுதாய மனிதத் தன்மையைப் போக்காமலும் நேர்மையான திறமையுடையவர்களாக இருக்க முடியாதா? அதற்கு விடை குறைந்தது மூன்று பாகத்தில் இருக்க வேண்டும்.

நமது கோளத்தை முழுதும் கெடுப்பது, எந்த முறையிலும் திறமையானதன்று. அல்லது சந்தைச் சார்புடைய அமைப்பில் உள்ளார்ந்ததாக இருக்கமுடியாது. ஒரு சந்தைச் சார்புடைய பொருளாதாரம், சில வெளிப்புற ஆதரவில்லாமல் அதைத் தவிர்க்காது. இதைப்பற்றிப் பல இடங்களில் புறக்கூறுகள் என்ற பெயரில் விவாதித்தோம். சமூகத் தலையீடுகள் தேவைப்படுகிறதென்றும் பார்த்தோம். ஒவ்வொரு குறிப்பான நிலையிலும் பொருளாதார நடவடிக்கையின் சமூகக் கட்டுப்பாடுகளின் அறிவுரை அரசியல் முறையால் கவனமாக அளக்கப்பட வேண்டும். ஏனென்றால், அவை பெருஞ் செலவுகளாகவும் தனிப் பயனுக்குக் கிடைக்கும் பணிகளையும் பொருள்களின் அளவில் குறைப்புகளைத் தவிர்க்க முடியாதபடி செய்கிறது. ஒரு வணிகனும்கூட அவனது சூழ்நிலையைப் பாழ்படுத்த மாட்டான். அவன் அப்படி நடக்க வேண்டுமானால், சில பொருளாதாரவளங்களைக் காப்பதற்காகச் செய்திருக்கவேண்டும். சந்தைச் சூழ்நிலையைப் பாதுகாக்க வற்புறுத்தப்

பட்டால், அவ் வளங்களை அவன் பயன்படுத்தவேண்டும். ஒரு பெரிய திறமையான பொருளாதாரத்தையுடைய செல்வமான சமூகம் அவ் விலையைத் தாங்கிக்கொள்ளும், ஓர் ஏழ்மையான பொருளாதாரம் அப்படிச் செய்ய இயலாது.

பாழ்படுத்தக் கூடிய அறிவுரைகள் இருந்தாலும் பணம் படைத்த பொருளாதாரங்கள் பல வழிகளில் ஏழ்மையான சமுதாயங்களைவிட உயர்ந்தனவாக உள்ளன. அவை தொத்து நோய்களாக இல்லாமலிருக்கின்றன. பல வசதிகள் செய்து கொடுக்கப்படுகின்றன. செல்வம் பல சூழ்நிலைப் பிரச்சினைகளை ஏற்படுத்துகிறது. ஆனால் அவற்றைத் தீர்க்கும் வழிகளையும் அளிக்கிறது.

மனிதச் சமுதாயத்தைக் கெடுப்பது ஒரு மிகவும் ஆழ்ந்த மாயமான தாக்கலாகும், அஃது இரு வினாக்களை எழுப்புகிறது. முதலாவது, ஒரு சந்தைப் போக்கான பொருளாதாரத்துடனுள்ள ஒரு சமுதாயம், மனிதத் தன்மையற்றதா? வரலாற்று இரக்கமுள்ள சமுதாயங்கள் மிகவும் ஆபூர்வமெனக் குறிப்பிடுகிறது. நமக்குத் தெரிந்தனவும் மிகவும் பெரியனவும் அல்ல என்றும் அறிவுறுத்துகிறது. இரண்டாவது, பொருளாதார அமைப்பின் சந்தைமயமான உருவம் மனிதத் தன்மையிலிருந்து சமகாலப் பிளவுக்கானவற்றிற்குப் பொறுப்பாகுமா அல்லது திடீர் மக்கள் வளர்ச்சியுடன்கூடிய மனிதத்தன்மை அளவைக் காட்டிலும் மிகவும் அதிகமான நகரங்களில் திடீர் மக்கள் குவிப்பிலிருந்து அவை நிகழ்ந்தனவா? 'மண் கிளறியுடன் மனிதன்' 'The man with the hoe', அல்லது 'உருளைக் கிழங்கு உண்பவர்கள்' என்பவற்றால் விவரிக்கப் படுவதைப்போல் ஓர் ஏழ்மையான சமுதாயம் அதன் உழைப்பாளிகளை உணர்ச்சியற்ற அடிமைகளாக ஏற்படுத்துகிறது என்பதை ஒவ்வொருவரும் ஏற்றுக்கொள்கின்றனர். ஒரு மனித சமுதாயத்திற்கு முக்கியமான முதல்படி என்பது வாழ்வுக்கான மட்டத் திறமையிலிருந்து போதிய அளவு தூரத்திற்கு நகரவேண்டுமென்பதாகும். வரலாற்றின்படி இம் முயற்சி சந்தைச் சார்புடைய பொருளாதாரங்களால் எடுக்கப்பட்டது. அல்லது மையமான சமதர்ம ஒன்றுகளால் பல சேர்ப்புகளுடன் உண்டாக்கப்பட்டது. வேண்டிய அளவு திறமையை நிலைநாட்ட வேண்டிய ஒரு மாற்றுப் பொருளாதார அமைப்பைக் குறை கூறுபவர்கள் எடுத்துக் கூறவில்லை.

இவ்வெல்லா விவாதமும் ஒரே ஒரு கூறுக்குச் செல்லுகின்றன, ஒரு ஏற்றுக்கொள்ளக்கூடிய சூழ்நிலையும் ஒரு மனிதத் தன்மையான சமூகம் ஆகிய இரண்டும் போகப் பொருள்களையும் ஒரு சமூகம் அளிக்கக்கூடியதாகும், அஃது அதன் வாழ்விற்கான தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்த பின்னர், வளங்களைப் பாக்கியாகப் பெற்றிருந்தால் ஏற்படும். சந்தைச் சார்புடைய பொருளாதாரம் வேண்டிய வழிகளை

ஏற்படுத்தி இக் குறிக்கோள்களை அளிக்கிறது. இக் குறிக்கோள்களை அளிக்கும் மற்ற எந்தப் பொருளாதார அமைப்பும் ஒப்பிடக்கூடிய ஆக்கத் திறமை அளவை அடையவேண்டும்.

இந்த நூல் முழுதும் எப்படி, ஏன் ஒரு சந்தைச் சார்புடைய பொருளாதாரம் போதிய அளவு திறமையை அடைகிறது என்பதை விளக்க ஈடுபடுத்தியது. எந்த ஏற்றுக்கொள்ளக்கூடிய மாற்றமைப்பும் ஓர் ஒப்பீட்டு ஆய்விற்குத் தகுதியானதாக இருக்கவேண்டும். அதற்கு நிச்சயமாகத் திறமை மட்டும் போதாது. அஃது ஓர் அடித்தளம், அதிலிருந்து மற்ற கடைசிக் குறிகோள்களை அடையலாம். அதனுல் தான் திறமையின் ஆய்வு இந் நூலின் மையக் கருத்தாக உள்ளது.

சுருக்கம்

பொருளாதார முடிவுகளை அடைய நமது சமுதாயம் இரு முக்கிய முறைகளைப் பயன்படுத்துகிறது. அவை பொருளாதாரமுறை, அரசியல் முறை என்பனவாம். தனியார்ப் பொருள் பங்கீட்டைப்பற்றியும் ஆக்கத்தைப்பற்றியும் கவலைப்படும் தீர்மானங்களுக்குப் பொருளாதாரமுறை சிறப்பாகப் பணியாற்றுகிறது. மக்கள் செலுத்த விரும்பும் விலைகள் எவ்வளவு விரைவாக மக்கள் அப்படிப்பட்ட பொருள்களை விரும்புகிருர்கள் எனபதைக் குறிப்பிடும் கருவிகளாக இருக்கின்றன. வேறுபட்ட பொருள்களுக்கிடையில் இறுதிநிலை மாற்ற வீதங்களின் நல்லதொரு அளவுகளாக உற்பத்திச் செலவுகள் இருக்கின்றன. தனிப்பட்ட வாங்கல் முடிவுகளால் பொதுப் பொருள்களுக்கு மக்கள் அவர்களின் விருப்பங்களைத் தெரிவிக்கமுடியாது. சந்தை விலைகள் புறக்கூறுகளைப் புறக்கணிக்கிறது. ஆகைபால், அரசியல் முறை பொதுப் பொருள்களைக் குறிப்பிடத்தக்க புறக் கூறுகளையுடைய பொருள்களையும் பற்றிய தீர்மானங்களுக்குப் பயன் படுத்தப்படுகிறது.

பெரோட்டோ சோதனைதான் பொருளாதாரத் திறமையின் அடிப்படைச் சோதனையாகும். ஒரு சிலரைப் பாதிக்காமல் எந்த நுகர்வோரை நன்மையடையச் செய்கிறதோ அப்படிபபட்ட நடவடிக்கைகளில் எந்த ஒரு மாற்றமும் இல்லாமலிருக்கும்போது ஒரு பொருளாதாரம் முழுத் திறமையுடன் இயங்குகிறது என்று நிலைநாட்டுகிறது. பெரோட்டோ சோதனையை மூன்று முக்கிய நிலையான உள்சோதனைகளாலும் இயக்கநிலை நோக்கங்களுடன் கூடிய இரு உள்சோதனைகளாலும் ஆராயமுடியும்.

நிலையாக உள்ள சோதனைகள்

1. பொருள்களின் திறமையான பங்கீடு — நுகர்வோர்களை முடிந்த அளவு திருப்தி செய்யும்படியாகக் கிடைக்கும் பொருள்

களைப் பிரித்தளிப்பதாகும். ஒவ்வொரு ஜோடிப் பொருள்களிலும் அதே இறுதிநிலை விகிதப் பதிலீட்டை எல்லா நுகர்வோர்களும் பிரித்துக் கொள்வதை அது விரும்புகிறது. அப்படியானால், அவர்களுக்குள் பொருள்களை மாற்றினாலும் மற்றவர்களைத் துன்புறுத்தாமல் எவரையும் நன்மையடையச் செய்யமுடியாது என்று கூறுகிறது. குடும்பங்கள் வாங்கல்களில் புத்திசாலித்தனமாக அவர்களின் நுகர்ச்சிப் பட்டியல்களை ஒதுக்கும்பொழுது, அந்தச் சந்தைகளில் எல்லா நுகர்வோர்களும் அதே நிலையை எதிர்ப்படுகிறார்கள் என்றிருக்கும்போது அஃது அடையப்படுகிறது.

2. பொருள்களின் திறமையான ஆக்கம் — எந்த ஒரு பொருளையும் பாதிக்காமல் ஒவ்வொரு பொருளையும் முடிந்த அளவு உற்பத்தி செய்வதாகும். ஒவ்வொரு தொழிலுக்கும் அதைப் பயன்படுத்தும் நிறுவனங்களுக்கும் ஒவ்வொரு வளத்தின் இறுதிநிலைப் பொருளின் மதிப்பு ஒரே மாதிரி இருக்கவேண்டும் என்றும், அப்படியானால் நிறுவனங்களுக்கு எப்படிப்பட்ட வள ஒதுக்கீடும் பொருளாதாரப் பொருள்களின் மொத்த மதிப்பை அதிகரிக்காது, அல்லது மற்ற பொருள்களின் உற்பத்தியைக் குறைக்காமல் ஒரு பொருளின் உற்பத்தியை அதிகரிக்க முடியும் என்று விரும்புகிறது. குறிகள்மூலமாக, A, B, என்ற பொருள்களை உற்பத்தி செய்ய X என்ற காரணியைப் பயன்படுத்தினால் நாம் கீழ்க்கண்டவாறு எழுதலாம்.

$$p_A \text{ MP (Bக்கு X பயன்படுத்தப்படுகிறது)}$$
$$= p_B \text{ MP (Bக்கு X பயன் படுத்தப்படுகிறது)}$$

அதில் p_A உம், p_B உம் இரு பொருள்களின் விலைகளாகும். MP (Aக்குப் பயன்படுத்திய X)ம், X-ன் MP (Bக்குப் பயன்படுத்திய X)ம் இரு பொருள்களையும் உற்பத்தி செய்யப் பயன்படுத்தும் பொழுது இறுதிநிலைப் பொருள்களாக இருக்கும். மாறாகக் கூறினால் ஒவ்வொரு வளமும் மிகவும் அதிகமான ஒப்பீட்டு நன்மை கிடைக்கும்படியாகப் பயன்படுத்தப்படவேண்டும். அல்லது மற்ற தொழில்களில் அதன் இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறனை ஒப்பிடும்போது அதில் அதன் உற்பத்தித்திறன் மிகவும் அதிகமாக இருக்க வேண்டும் என்று கூறுகிறது. எல்லா நிறுவனங்களும் போட்டிச் சந்தைகளில் பங்கெடுக்கும்பொழுதும் குறைவான செலவில் மிகவும் லாபகரமான உற்பத்தி அளவை உற்பத்தி செய்ய முயற்சிக்கும் பொழுதும் இந்த நிலைமை அடையப்படுகிறது.

3. நுகர்வோர் இறைமை—நுகர்வோர்கள் அதிகமாக விரும்பும் பொருள்களின் தொகுப்பை அடைய உற்பத்தி செய்வதாகும்.

ஒவ்வொரு ஜோடிப் பொருள்களுக்குமிடையில் இறுதிநிலை விகித மாற்றம் அவற்றின் விலைகளின் விகிதத்திற்குச் சமமாக இருக்கும் பொழுது அந்த நிலைமை நிலைத்திருக்கிறது. அது மறுபடியும் எல்லா நுகர்வோர்களுக்கும் பொதுவாக அவற்றுக்கிடையிலுள்ள இறுதி நிலை விகிதப் பதிலீட்டைச் சமப்படுத்துகிறது. குறியீட்டில்,

$$MRT\ (A:B) = \frac{p_B}{p_A} = MRS\ (A:B).$$

இயக்கநிலை நோக்குகளையுடைய இரு சோதனைகள்:

1. சேர்ந்து திரளும் திறமை பொருளாதாரத்திற்குக் கிடைக்கும் எல்லா வளங்களையும் பயன்படுத்தல், குடும்பங்கள் நுகர்ச்சியில் செலவிட விரும்புவதையும், நிறுவனங்கள் முதலீட்டில் செலவிட விரும்புவதையும் சேர்த்தால் பொருள்களின் மொத்த மதிப்பாகவும் இருக்கவேண்டுமென்பதாகும். தத்துவப்படி, வட்டிவீத மாற்றத்திற்குப் பதிலளிக்கும் குடும்பங்களும் நிறுவனங்களும் இந்த நிலையை அடைய முடியும். ஆனால், நடைமுறையில் அரசாங்கப் பொருளாதாரக் கொள்கையின் பல்வேறு நடவடிக்கை அவசியமென்று தெரிகிறது.

2. இயக்கநிலைத்திறமை—மிகவும் விரும்பத்தக்க விகிதத்தில் பொருளாதார உற்பத்தியை வளர்க்க அனுமதிக்கும் எதிர் காலத்திற்கான வள அளவை அளிக்கும்படியாக ஈடுபடும். அடைவதற்கு அல்லது ஏற்படுத்துவதற்கு இஃது ஒரு மிகவும் கடினமான சோதனையாகும்.

பொருள்கள் பணிகள் ஆகியவற்றின் தொகுதியை ஒரு பொருளாதாரம் தேர்ந்தெடுக்க வேண்டுமென்பதை அதன் ஆக்கச் சாத்திய எல்லை விளக்குகிறது. அஃது ஒவ்வொரு மற்ற பொருளின் குறிப்பிட்ட அளவுகளுடன் சேர்ந்து உற்பத்தி செய்யக்கூடிய ஒவ்வொரு பொருளின் மிகப்பெரிய அளவைக் காட்டுகிறது. ஒரு பொருளாதாரம் அதன் எல்லையில் இல்லாத ஓர் உற்பத்தியை, உற்பத்தி செய்வது விரயமாகும். எல்லையை ஒப்பீட்டு நன்மைத் தத்துவத்தைப் பின்பற்றுவதன்மூலம் அடையலாம். ஒரு பொருளை உற்பத்தி செய்யப் பயன்படுத்தப்படும் காரணிகளில் ஒரு தேர்வைச் செய்யும்பொழுது மாற்றுத்தொழிலில் அதன் உற்பத்திக்கு ஏற்றவாறு அதிகமாக இருக்கும் பொருளுக்குப் பயன்படுத்தும்பொழுது, அக் காரணியைத் தேர்ந்தெடுக்கவேண்டுமென்று அத் தத்துவம் கூறுகிறது. போட்டிச் சந்தைகளில் வாணியம் செய்யும் நிறுவனங்கள் தாமாகவே இத் தத்துவத்திற்கு அடிபணிகின்றன ,

இரு பொருள்களுக்கிடையிலான இறுதிநிலை விகிதமாற்றம் என்பது, மற்றொன்றின் உற்பத்தியை அதிகரிக்கப் போதிய வளங்களை மாற்ற வேண்டுமானால், விட்டுக்கொடுக்கவேண்டிய அலகின் எண்ணிக்கை யாகும். இக் கருத்து ஆக்கச் சாத்திய எல்லையில் ஒரு முனையைக் குறிப்பிட உதவுகிறது. அதில் நுகர்வோர் இறைமையைப் பணிகிறது. இம் முனையின் சரியான இடம் ஆக்கச் சாத்திய எல்லையின் உருவத்தையும், தனி நுகர்வோர்களின் சமநோக்குக் கோடுகளையும் நுகர்வோர்களுக்கான வருவாய்ப் பங்கீட்டையும் சார்ந்துள்ளது.

வருவாய்ப் பங்கீட்டின் பொருத்தம் ஆக்கச் சாத்திய எல்லையின் ஒரு முனைக்கேற்ப பொருள்களை நுகர்வோர்களுக்குத் துக்கப்படுவதற்கான பெட்டி வரைபடத்தின்மூலம் பார்க்கலாம். பெட்டி வரைபடத்தில் ஒப்பந்த வளைகோட்டின் மேலுள்ள முனைகளில் ஒன்றிற்குப் பொருத்தமாகப் பங்கீடு இருக்கவேண்டுமென்று திறமைப் பங்கீடு வேண்டுகிறது. ஏனென்றால், அவ்வளை கோடு நுகர்வோர்கள் பெற்றிருக்கும் ஒரு பொது இறுதிநிலை விகிதப் பதிலீட்டு எல்லா முனைகளையும் பெற்றிருக்கிறது. ஒப்பந்த வளை கோட்டின் ஒவ்வொரு முனையும் ஒரு வேறுபட்ட வருவாய்ப் பங்கீட்டைக் குறித்துக்காட்டுகிறது, பொது இறுதிநிலை விகிதப் பதிலீடு வேறு முனைகளில் வெவ்வேறாக இருக்க நேரிடும்.

ஆக்கச் சாத்திய எல்லையின் ஒவ்வொரு முனையும் வேறுபட்ட பொருள் உற்பத்தியைமட்டும் காட்டுவதோடல்லாமல் பொருள்களுக்கிடையிலான வேறுபல இறுதிநிலை விகிதப் பதிலீட்டையும் காட்டுகிறது. அப்படியாக மாறுபட்ட விலைத் தொகுதிகளையும் காட்டுகிறது. விலைகள் மாறும்பொழுது வருவாய்ப் பங்கீடும் மாறுவதால், நுகர்வோர் இறைமையின் குறிப்பீடு சிக்கலாக இருக்கும். அஃதாவது இரு விவரங்கள் ஓரே நேரத்தில் மாறுபடுகின்றன. இறுதிநிலை விகிதமாற்றங்களுக்கேற்ற விலைகள் விதிக்கப்பட்டால், அந்த முனையில், அளிப்பிற்குத் தேவை சமமாக இருக்கும்படியான சொத்துகளுடன் எல்லையின்மேல் ஒரு முனையிலிருக்கும். அப்படிப்பட்ட ஒரு முனையில் (பல இருக்கலாம்). உற்பத்தித் திறமை ஆக்கத்துடன் பொருந்திய விலைகள் வருவாய்ப் பங்கீடு ஆகிய எல்லாம் பொருந்தி மூன்று நிலையான சோதனைத் திறமையும் திருப்திப்படும்.

போட்டிச் சந்தைகளையுடைய ஒரு பொருளாதாரத்தில் ஆக்கச் சாத்திய எல்லையில் நுகர்வோர் இறைமை முனைக்கு விலை நுணுக்க முறை பொருளாதாரத்தை நடத்துகிறது. இது அடிப்படைச் சூத்திரங்களுக்குப் பொருத்தத்தைத் தூண்டி அதைச் செய்கிறது. அதில் ஒன்று

$$\text{MRT (Bக்கு A)} = \frac{p_B}{p_A} = \text{MRS (Bக்கு A)}$$

மற்றவை பொருள் விலைகள், காரணி விலைகள், இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறன் போன்றவற்றின் தொடர்பாகும். A என்ற பொருளை உற்பத்தி செய்யப் பயன்படுத்தப்படுவது X என்ற காரணியாக இருந்தால், w^x என்பது அதன் கூலி அல்லது வாடகை விலை என்றால், X-ன் இறுதிநிலைப் பொருளாக MP (A-க்காக X-பயன்படுத்தப்பட்டது) இருந்தால் போட்டி அதை உண்டாக்குகிறது.

$$(\text{MP (A-க்காக X பயன்படுத்தப்பட்டது)} = \frac{w_x}{p_A}$$

முந்தி ஒன்றுடன் பொருந்தி மாறுள்ள இச் சமன்பாடு ஆக்கத்தில் திறமையை உறுதிப்படுத்துகிறது, இவ் விரு சமன்பாடுகளையும் ஞாபகத்தில் வைக்கவேண்டும். ஏனென்றால், போட்டி விலையிடும் திறமைக்கான விவாதத்தின் கருத்தை அவை சுருக்கிக் கூறுகின்றன.

விலை முறை செய்வதை ஒத்தவாறு, அஃது உள்ளார்ந்த வரையறைகளைப் பெற்றிருக்கின்றன. போட்டிச் சந்தைகளின் இயக்க முறையை அது சார்ந்துள்ளது. ஆகையால் பருமச் சிக்கனங்கள் நிலவும் பொழுது அது முறிந்துவிடலாம். நுகர்வோர் இறைமைக்கான அதன் பதில் தன்மை நுகர்வோர் தவறுதல்களுக்கு வடுப்படத்தக்கதை அஃது ஏற்படுத்துகிறது. அது மிகவும் நுணுக்கத்தன்மையான அல்லது ஏதேச்சையாக வாங்கும் பொருள்களுக்கு ஆபத்தாக இருக்க நேரிடும். அதன் இயல்புப்படி, பொதுப்பொருள்களைப்பற்றிய தீர்மானங்களுக்குப் பொருந்தாததாக இருக்கிறது. அஃதாவது தனிப்பட்ட நுகர்வோர்கள் சுயமான நுகர்ச்சித் தீர்மானத்தை எடுக்கும் பொருள்களைப்பற்றியது. அது புறவிளைவுகளை மதிப்பதில்லை. அஃதாவது ஒரு மனிதனின் நுகர்ச்சியின் விளைவுகளை அல்லது உற்பத்தித்திறன் நடவடிக்கைகளை மற்றொரு மனிதனின் நலத்தின்மேல் அதன் திறமை நிலையற்ற தறுவாயில் மிகவும் குறைக்கப்படுகிறது, அதோடு சந்தைகள் சமநிலையில் இருக்காதபொழுதும், இக் குறைபாடுகளினால், சந்தை வழியாக இயங்கும் தனியார் நிறுவனங்களால் பல முக்கியமான பொருள்களையும் பணிகளையும் அளிக்கமுடியாது. மேலும் பல சந்தைகளைக் குறைக்கவும் கட்டுப்படுத்தவும் வேண்டியிருக்கிறது. இருந்தாலும், சந்தைகளின் சாதகமான நடவடிக்கைக்கான வேண்டப்படும் நிலைமைகள் முழுக்க பூர்த்தி செய்யப்படும்பொழுது, இதுவரை காணாத பொருளாதார அமைப்பின் மிக ஏதேச்சையான வழியாகவும் மிகவும் நன்மை பயப்பனவாகவும் சந்தைகள் இருக்கின்றன.

பொருளாதாரத் திறமையின் சோதனையும் அவற்றின் சிக்கல்களும் பணப்புழக்கமற்ற, விலைப் பொருளாதாரங்களுக்கும் பொருந்துகிறதென்று நமது இரு பொருள் எடுத்துக்காட்டுக் காட்டியது. அத்துடன்

முழுப்பொருளாதாரத் திறமையையும் அவை வெளிப்படுத்துகின்றன. ஒரு நடவடிக்கையை எதிர்ப்பார்ப்பதைவிட, சிக்கலான பொருளாதாரத்தைவிட அதிகத் திறமையுள்ளதாக இருக்கிறது. அவற்றைப் பற்றி ஒரு வினாடி நினைத்தால், அவை ஓரேமாதிரியானவையாகவும் ஒரு மாதிரிச் சிறப்புத் தன்மையுள்ளனவாகவும் இருப்பதைப் பார்க்கலாம். இவையாவும் ஏதேச்சாதிகாரமுள்ள சோதனைகள். அடையக்கூடிய மற்ற சில முடிவுகளைவிடக் குறைவாக விரும்பக்கூடியவற்றை உற்பத்தி செய்வதிலிருந்து கிடைப்பதைப் பொருளாதாரத்தின் எல்லா நபர்களும் ஏற்றுக்காண்டால், ஒரு வகையில் அல்லது மற்றொரு வகையில் ஒரு பொருளாதாரம் முழுத் திறமையிலிருந்து குறைகிறதென்று ஒவ்வொருவரும் கூறுவர். பொருளாதார நபர்கள் ஏற்றுக் கொள்ளாவிட்டால், பொதுக்கருத்திலிருந்து ஒரு நுண்ணிய குறைவானவர்கள் மாறுபட்டால், நமது சோதனை ஒன்றும் கூறுவதில்லை. தத்துவப்படி, ஒரு பொருளாதாரம் பெருவாரியான நபர்களைப் பாதிக்கும்பொழுது அல்லது மனக்கசப்பை ஏற்படுத்தும்பொழுது இவ்வெல்லாச் சோதனைகளிலும் உயர்ந்த குறி எண்களைப் பெற முடியும். மாறுகக் கூறினால், இத் திறமைச் சோதனைகள் செயற்பாட்டின் பொருளாதாரச் சோதனைகளாகும். அவற்றுக்கும் சமூகநேர்மைக்கும் சம்பந்தம் இல்லை. வாழ்வைச் சமப்படுத்துவதில், அல்லது தெளிவற்ற விரயத்தைக் குறைப்பதைவிட மற்ற எந்தக் கருதல்கள், அஃதாவது மற்றொன்று சாத்தியமாக இருக்கும்பொழுது எத் தேர்வையும் ஏற்றுக்கொள்ளாமல் இருப்பதாகும். குறிப்பாக, சமுதாயத்தின் நபர்களில் சமூக வருவாயின் எந்தப் பங்கீட்டின் விருப்பத்தை மதிப்பிடுவதில் பிரயோஜனமில்லை, ஒரு நடைமுறையில் இருக்கும் பொருளாதாரத்தின் மிக முக்கியமான வினாவுகளில் ஒன்றுக வருவாய்ப் பங்கீடு இருந்தாலும் சரி.

ஒரு மனத்துடன் இச் சோதனை பல தலைமுறைகளாக மிகவும் கவனத்துடன் ஏற்படுத்தப்பட்டுள்ளது. ஓர் அறிவியல் அறிவிப்பின் அதிகார முத்திரைகளில் ஒன்று, அதைப் புரியும் எல்லா மனிதர்களின் இசைவை அது பெறுவதாக இருக்கும். இந்த நான்கு சோதனைகளும் அவற்றின் நேர்மையான சிக்கல்களும் 'இம் முறையில் ஆய்வறிவு சார்ந்தனவாக உள்ளன. ஆனால், வாதிப்பதற்கிணங்கிய, தகவல் அறிந்த மனிதர்களுக்கும் சமூகக் கொள்கையையும் பொருளாதார எல்லா முக்கியப் பிரச்சினைகளைப் பற்றியும் பாக்கியுள்ள ஓசையற்றவற்றின் செலவில் அஃது ஆய்வறிவு சார்ந்ததாக இருக்கிறது. இருந்தாலும் இச் சோதனைகள் ஆய்வறிவு சார்ந்த பொருளாதாரங்களின் வரையறைகளுக்கு அருகில் நம்மை எடுத்துச் செல்லுகின்றன உலகமயமான இசைவின் வரையறைகளுக்கு இவ்வளவும் செலுத்தப்படுகிறதென்பது தனிச் சிறப்பிற்குரியதாகும்.

9. வருமானப் பங்கீடு

ஒரு பொருளாதாரத்தின் இரு முக்கியமான குறுப்பிடத்தக்க விஞவுகள், அவை உற்பத்தி செய்வதும் வருமானப் பங்கீடு செய்யும் நுகரக்கூடிய பொருள்களின் மொத்த உற்பத்தியுமாகும். அல்லது, அஃது உண்டாக்கும் இப் பொருள்களுக்கு உரிமைகளைப் பங்கிடுவதாகும். இதுவரை பெரும்பாலும் இவற்றில் முதல் கருத்தைப்பற்றிப் பார்த்துக் கொண்டிருந்தோம். ஆனால், பின் அதிகாரங்களில் திரும்பத் திரும்ப இரண்டாவதைப்பற்றிக் கேள்விகள் தோன்றிக்கொண்டிருந்தன. இப்போது வருமானப் பங்கீட்டைப்பற்றிப் பார்ப்போம்.

வருமானப் பங்கீடு பொருளாதாரத்தில் பழமையான பிரச்சினைகளையும் பிரிக்கக்கூடிய சிக்கலானவற்றையும் தழுவுகிறது. இவ் வினாக்களைப் பல மட்டங்களில் வலியுறுத்தலாம். முதலாவதாக, சுத்தமான மெய்ம்மையான மட்டம் இருக்கிறது. எந்த ஒரு சமுதாயத்திலும் வருமானப் பங்கீடு என்ன? அஃதாவது எவ்வளவு பேர், எப்படிப்பட்ட மக்கள் வருவாயின் ஒரு கொடுக்கப்பட்ட அளவை வாங்குகிறது? இதைப்பற்றிப் பெரும்பாலும் தெரியப்பட்டுள்ளது. கீழே அமெரிக்கப் பொருளாதாரத்தைப்பற்றிய சில குறிப்பிடத்தக்க உண்மைகளைச் சுருக்கிக் கூறுவோம். இரண்டாவதாக, விதிமுறைக் கட்டுப்பாடுள்ள மட்டம் இருக்கிறது. வருமானப் பங்கீடு எப்படி இருக்கவேண்டும்? இவ் விஞ நெறிப் பொருள்களைப் பெரும்பாலும் அடக்கியுள்ளது. ஆகையால், உலகம் ஏற்கும்படியான ஒரு விடையை ஏற்றுக் கொள்ளாது. அப்படிப்பட்ட கேள்விதான் தீர்க்கப்படவேண்டும். பல சாத்தியங்களின் காரணங்களையும் விஞவுகளையும் நிறுத்துப் பார்த்தும் சமுதாயத்தின் பல பிரிவுகளின் கோரிக்கைகளை இணைப்பதன்மூலமும் அதற்கு விடையளிக்கவேண்டும். இறுதியாக, அங்கு விளக்க மட்டம் உள்ளது. வருமானப் பங்கீட்டை உண்டாக்குவது எந்தப் பொருளாதாரச் சமுதாயச் சக்திகள்? அவை யாவை? எல்லாவற்றிலும் இவை தாம் மிகவும் விருவிருப்பானவை. ஏனென்ருல், அவை முதல்

மட்டத்தைப் புரிந்துகொள்ள உதவுகின்றன. மேலும், இரண்டாவது மட்டத்துக்கு ஒரு விடையை செயல்படுத்துவதற்கான வழிகாட்டும் குறிப்புகளைப் பெற்றிருக்கின்றன.

இந்த அதிகாரத்தில் விளக்கப்படவேண்டிய சில உண்மைகளை முதலில் சமர்ப்பிப்போம். அதன் பின்னர், சில விளக்கங்களை விவாதித்து, வருமானப் பங்கீடு எப்படி இருக்கவேண்டும் என்பதைத் தீர்மானிக்கும் சில கருதல்களையும் சமர்ப்பிக்கலாம்.

சம காலத்திய வருமானப் பங்கீடு

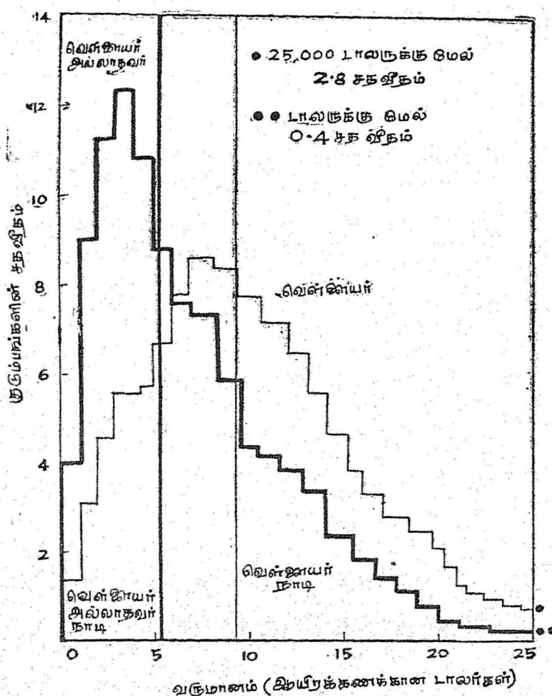
ஒரு சமுதாயத்தில் வருமானப் பங்கீட்டை விவரிக்க இரு முக்கிய வழிகள் இருக்கின்றன. மிகவும் ஆதாரமானது ஓர் அட்டவணையாகும். அல்லது மாதிரிப் படம் காட்டும் நபர்களின் விகிதாச்சாரங்களும் அவர்கள் பல அளவுகளில் பெறும் வருமானம் அல்லது பல அளவு மட்டங்களில் அப்படிப்பட்ட ஓர் அட்டவணை அல்லது மாதிரிப் படம் ஒரு சொந்த வருமானப் பங்கீடு எனப்படும் (படம் 9—1-ஐப் பார்) இம்முறை வருமானப் பங்கீட்டடின் முறையின் இறுதி முடிவைக் காட்டு கிறது. ஆனால், அதற்குப் பின்னுலுள்ள காரணங்களைப்பற்றி ஒரு வழியைக் காட்டாது. மற்ற முறை மொத்தத்தில் பல வருமானங்களின் மூலங்களின் பருமனை அல்லது முக்கியத்துவத்தைக் காட்டுகிறது. இஃது ஒரு செயல் வருமானப் பங்கீடு என்று அறியப்படுகிறது. அட்டவணைகள் 9—1உம் 9—2ம் உள்ள வகையினங்களும் விவரங்களும் சிறப்பானவை.

செயல் வருமானப் பங்கீடு, சொந்த வருமானப் பங்கீட்டை உற்பத்தி செய்யும் சக்திகளின்மேல் சில விளக்கொளியை ஏற்படுத்தும். ஒரு குடும்ப வருமானம் பொருளாதாரத்திற்குச் சில ஆக்கக் காரணிகளை அளிப்பதன்மூலம் தருவிக்கப்படுகிறது. அதன் தொகை அஃது அளிக்கும் காரணிகளின் இயல்பையும் அப்படிப்பட்ட வகையின் காரணிகள் பெறும் வெகுமதியையும் சார்ந்துள்ளது. செயற்பாடு வருமானப் பங்கீடு மொத்தத்தில் பல விரிந்த இவை அளவுகளின் காரணிகள் எப்படி வருமானப் பைசாவைப் பிரிக்கின்றன என்று காட்டுகின்றன.

இக் காரணத்திற்காக அட்டவணை 9—2-ல் சதவீதப் பங்கீடு அட்டவணை 9—1-லுள்ள முழுத் தொகைகளைக் காட்டிலும் மிகவும் தெளிவுள்ளதாக இருக்கிறது.

அட்டவணை 9—2-ல் பல நோக்கங்களைக் கவனிக்கவேண்டும். முதலாவதாக, கூலிகளும் ஊதியங்களும் தூரத்திலும் வருவாயின் மிக முக்கியமான உறுப்பிற்குத் தூரத்திலும் இருக்கின்றன. அவை

மொத்தத்தில் மூன்றில் இரு பங்காக ஏறக்குறைய இருக்கும். இவ் விகிதம் பொருளாதார நடத்தையின் பெரிய நிலை எண்களில் ஒன்ருகத் தோன்றுகிறது. அமெரிக்காவில் நீண்ட காலத்திற்கு நீடித்தது. பொருளாதார அமைப்பிலும் சமூக அமைப்பிலும் வித்தியாசங்கள் பெரிய மாற்றங்கள் இருந்தாலும், மற்ற முன்னேற்றமடைந்த பொரு



வரைபடம் 9—1

வெள்ளையர், வெள்ளையர் அல்லாத குடும்பங்களின் 1968, சொந்த வருமானப்பங்கீடு: அளவுப் படியின் கீழ்முனையில் வெள்ளையர் அல்லாதவர் மிகவும் குவிந்துள்ளார்கள். மூலம்: அமெரிக்கக் கணக்கெடுப்புத் துறை, நடப்பு மக்கள் தொகை அறிக்கைகள் வரிசைகள், பக்கம்—60 No.66 (டிசம்பர் 23, 1969).

ளாதாரங்களுக்குப் பொருந்துகிறது. இக் கரடுமுரடான நிலை எண்ணுக்கு எண்ணற்ற விளக்கங்கள் கொடுக்கப்பட்டுள்ளன. ஆனல், அவற்றில் ஒன்றும் திருப்திகரமாக இல்லை. மொத்த வருவாயின் உழைப்பின் பங்கைப்பற்றிய சில உள்ளார்ந்த நிலை எண்கள் இருந்தாலும், அப்படியானலுல் ஏன், அஃது இன்னும் ஒரு தீர்க்கப் படாத வினவாக இருக்கிறது.

அட்டவணை 9—1

நடைமுறை சார்ந்த வருமானப் பங்கீடு யு. எஸ். தேர்ந் தெடுக்கப்பட்ட ஆண்டுகள்

கோடிக் கணக்கான டாலர்கள்

	1940	1950	1960	1965	1969
உழைப்பு வருமானம்					
கூலிகள், ஊதியங்கள்	49.8	146.7	270.8	358.9	509.0
மற்றவை (பிற்சேர்க்கைகள்)	0.7	3.8	12.0	18.7	27.6
முதலாளியின் வருமானம்					
வாணிபம் தொழில் சம்பந்தமான	8.6	24.0	24.2	42.4	50.5
பண்ணை	4.5	13.5	12.0	14.8	16.4
பிரிவுகள்	4.0	8.8	13.4	19.8	24.7
வட்டி	5.4	9.2	23.4	38.7	59.7
வாடகை வருமானம்	2.9	9.4	15.8	19.0	22.0
மாற்றச் செலுத்தல்கள்	3.1	15.1	28.5	39.9	65.1
மொத்தம்	79.0	230.5	4 0.3	552.9	774.9
கழி: சமூகக் காப்பீட்டிற்குச் சொந்தக் செலுத்தல்	—	2.9	9.3	13.4	26.0
சொந்த வருமானம் அலுவலகம் அறிவித்தபடி	79.0	227.6	401.0	538.9	7-8.9

மூலம்: தலைவரின் பொருளாதார அறிக்கை, பிப்ரவரி 19 1, பக்கம் 216—17

இரண்டாம் உலக மகாப்போரிலிருந்து மற்ற உறுப்புகளில் பல குறிப்பிடத்தக்க போக்குகளைக் காட்டுகின்றன. உடைமை உரிமை சார்ந்த வருமானம் இணைப்பற்ற தொழிலிலிருந்தாலும், வாழ்க்கைத் தொழில் வழக்கமாக நடத்தல் அல்லது பண்ணையிடுதலிலிருந்து மொத்த விகிதத்திலிருந்து கடுமையாகக் குறைந்துவிட்டது. சமூகப் பாதுகாப்பு நன்மைகள் நலச் செலுத்தல்கள், ஓய்வு வருவாய்கள், முதலியவற்றிற்கான தொழில் நுணுக்கப் பெயராக இருக்கும் மாற்றுச் செலுத்தலின் முக்கியத்துவம் உறுதியாக அதிகரித்துக் கொண்டிருக் கின்றன. இடமாற்றச் செலுத்தல்கள் முந்திய எல்லா உறுப்புகளி லிருந்து கிடைக்கும் சொந்த வருமானப் பங்கீட்டை நிவர்த்திக்கும் ஒரு சமூக வழி முறையாகக் கருதப்படுகிறது.

அட்டவணை 9—2

நடைமுறை சார்ந்த வருமானப் பங்கீடு சதவீத உருவம்
அமெரிக்கா தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட ஆண்டுகள்

	1940	1950	1960	1965	1969
மொத்த சொந்த வருமானம்	100	100	100	100	100
தொழிலாளி வருமானம்					
கூலியும் ஊதியமும்	63.1	63.6	66.0	65.0	65.7
மற்றவை	0.9	1.6	2.9	3.4	3.6
முதலாளியின் வருமானம்					
வாணிப வாழ்க்கைத் தொழில்	10.9	10.4	8.3	7.7	6.5
பண்ணை	5.7	5.9	2.9	2.7	2.1
பிரிவுகள்	5.1	3.8	3.3	3.6	3.2
வட்டி	6.8	4.0	5.7	7.0	7.7
வாடகை	3.7	4.1	3.9	3.4	2.8
இடமாற்றங்கள்	3.9	6.6	6.9	7.2	8.4

மூலம்: அட்டவணை 9—1-லிருந்து கணிக்கப்பட்டது.

நடைமுறை சார்ந்த வருமானப் பங்கீடு விரிவாகப் பலவகைகளின் முக்கியத்துவத்தை அல்லது வருவாய் மூலங்களைக் காட்டுகிறது. அதிலிருந்தும் சொத்துப் பங்கீட்டிலிருந்தும் வெளிப்படும் தனிப்பட்டவரின் வருமானப் பங்கீடு சமுகத்திலுள்ள குடும்பங்கள் எப்படிச் சிக்கனமாக வாழ்கிறார்கள் என்பதைக் காட்டுகிறது. தனிப்பட்டவரின் வருமானப் பங்கீட்டைப் காட்டக்கூடிய நேர்மையான முறை படம் 9—1-ல் உள்ளதைப் போலுள்ள ஒரு மாதிரிப் படமாகும். அது பல வரிசைகளில் 1,000 டாலர் வரிசையில் வருமானத்தைப் பெறும் குடும்பங்களின் சதவீதத்தைக் காட்டுகிறது. இம் மாதிரிப் படம் அடிப்படை விவரங்களை அடக்கியுள்ளது. தேசிய உற்பத்திக்கு எப்படிக் கோரிக்கைகள் 1968-ல் குடும்பங்களுக்கு எவ்வாறு பகிர்ந்தளிக்கப்பட்டன என்பதையும் அவை கவனமாகக் கருதப்படவேண்டும் என்பதையும் குறிக்கிறது (ஒரு சிறப்பான ஆண்டு இந்த வகையில்). வெள்ளையர் குடும்பங்களுக்கான வளைகோட்டை மிகத் தெளிவாக விவாதிப்போம். ஏனென்றால், குடும்பங்களில் 90 சதவீதம் வெள்ளையர்கள் இருக்கின்றனர்.

கீழ்க் கோடியில் சுமார் 1½ சதவீதம் வெள்ளையர் குடும்பங்கள் 1000 டாலருக்கும் குறைவாகப் பெற்றார்கள். இவர்களில் பெரும்பாலானோர்

உண்மையில் ஏழ்மையானவர்கள். ஆனால் இயல்பான வருமானத்தை விட அதிகமாக உள்ள பல குடும்பங்கள் தொழில் நட்டம் அல்லது பிற போக்கை அந்த ஆண்டில் பெற்றிருந்தார்கள். சிலர் எந்த நிலையிலும் சிறப்படைந்தார்கள். ஏழ்மையின் மட்டம் 3,500 டாலர் என்று நாம் ஏற்றுக்கொண்டால், வெள்ளையர்க் குடும்பங்கள் ஏழ்மையாக்கப் பட்டன. உயர்ந்த முனையில் 3 சதவீதம் வெள்ளையர்க் குடும்பங்கள் 25,000 டாலருக்கு மேல் வருமானத்தைப் பெறுகிறார்கள். மிகவும் தெளிவான மாதிரிப்படம் 300-ல் ஒரு வெள்ளையர்க் குடும்பம் 50,000 டாலருக்குமேல் பெறுகிறார்கள். மிகவும் செல்வமுடையவர்கள், மேம் பட்டவர்கள் அபூர்வம்.

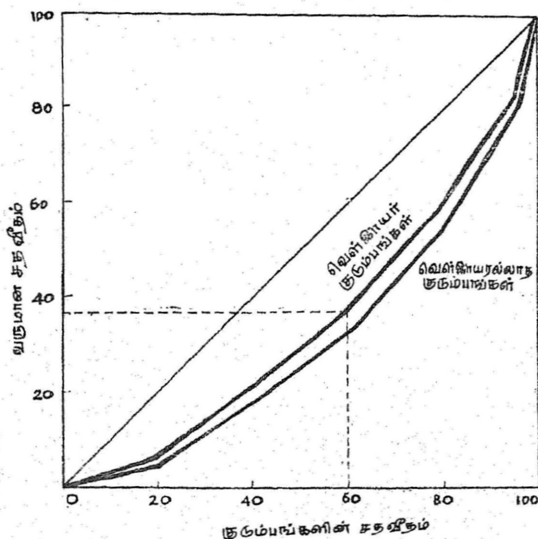
வெள்ளையர்க் குடும்பங்களுக்குச் சராசரி வருமானம் (படத்தில் காட்டப்படவில்லை) 10,000 டாலர். இது கணிதம் சார்ந்த முடிவாக இருப்பதால் பொருளை வெளிப்படுத்துவது கடினமாக இருக்கிறது. நடுநாடி மிகவும் பொருளுடையதாக இருக்கிறது. பாதி மக்களால் மிகையாக ஈட்டப்பட்ட வருமானம்தான் நடுநாடி என்பது. வெள்ளையர் களுக்கான நடுத்தர அளவு வருமானம் 8,900 டாலர். மத்திய 50 சதவீத மக்களால் ஈட்டப்படும் வருமான அளவு மிகவும் குறிப்பிடத் தக்கதாக இருக்கிறது. இது 5,800-லிருந்து 12,700 டாலர் வரையாகும்.

வெள்ளையர்களுக்கான வருமானப் பங்கீட்டின் கோடிமுனைகளையும் விதிமுறைகளையும் இவ் விவரம் வெளிப்படுத்துகிறது. அது வெள்ளைய ரற்றவர்களின் வருமானத்துடன் ஒப்பிடக்கூடிய ஒரு மாதிரியாக இருக்கிறது. வெள்ளையரற்றவர்களுக்கான ஒவ்வொரு குறிகாட்டியும் தாழ்த்தப்பட்டுச் சோர்வடையச் செய்கிறதாக இருக்கிறது. 31 சதவீதம் ஏழ்மை மட்டத்திற்குக்கீழ் இருக்கிறார்கள். நடுத்தர அளவு 5,400 டாலர். அஃதாவது நடுத்தர வெள்ளையரில் 60 சதவீதம் மட்டும், இடை யிலுள்ள அளவு 3,100-லிருந்து 8,700 டாலர் வரையுள்ளது. அது காலவாசிக்கும் குறைவான வெள்ளையரல்லாதவர்கள் நடுத்தர வெள்ளையர் பெற்றிருந்ததைப்போல் பெற்றார்கள்.

வருமானப் பங்கீட்டின் இம் மாதிரிப்படம் மட்டத்தையும் வருமானப் பரவலையும்பற்றிய அடிப்படைச் செய்திகளைப் பெற்றிருந்தாலும், எல்லா நோக்கத்திற்கும் வசதியானதன்று. குறிப்பாக அது வருமானப் பங்கீட்டின் ஏற்றத் தாழ்வுகளைத் தெளிவாகக் காட்டுவதில்லை. இந்த நோக்கத்திற்காக, அதே விவரத்தை வேறு ஒரு வழியில் வழக்கமாகக் காட்டுவதுண்டு. அஃதாவது லாரன்ஸ் வளைகோடு என்பது. அது வருமானம் பெறுபவர்களின் பல சதவீதங்களால் மொத்த வரு மானத்தின் சதவீதத்தைப் பெறுவதைக் காட்டுகிறது. எடுத்துக்காட் டாகப் படம் 9—2-ல் விடுபட்ட கோடுகள் 1968-ல் குறைந்த

வருமானங்களையுடைய வெள்ளையர்க் குடும்பங்களில் 60 சதவீதம் மக்கள் வெள்ளையர் பெற்ற மொத்த வருமானத்தில் 36 சதவீதத்தைப் பெற்றூர்கள். மற்ற கூறுகள் அதைப் போலவே விளக்கப்பட்டுள்ளன.

வருமானம் மிகவும் சரியாகச் சமமாகப் பங்கீடப்பட்டால் x சதவீதக் குடும்பங்கள் மொத்த வருமானத்தில் x சதவீதத்தைப் பெறும். அப்படியானுல், லாரன்ஸ் வளைகோடு வரைபடத்தில் மூலைவிட்டக் கோட்டின்மீது அமையும். அதுதான் முழுச் சமத்துவக் கோடாகும். மற்ற கோடியில், ஒரு பொருளாதாரத்தில் எல்லா நபர்களும் அடிமைகளாகையால் வருமானத்தைப் பெறவில்லை. ஆனுல், ஒரு பிரபு மட்டும் வருவாயைப் பெறுகிறுர். அப்படிப்பட்ட நிலையில் லாரன்ஸ் வளைகோடு அடியில் பெட்டியின் வலப்புறக் கோட்டுடன் இணையும். இதுதான் முழுமையான சமத்துவமற்ற வளைகோடாகும்.



வரைபடம் 9—2

1968-ன் வெள்ளையர், வெள்ளையரல்லாத வருமானப் பங்கீடுகளின் லாரன்ஸ் வளைகோடு: சமத்துவமற்றதன் டிக்ரி சமப் பங்கீட்டின் கோட்டிற்குக் கீழுள்ள வளைவால் காட்டப்பட்டுள்ளது.

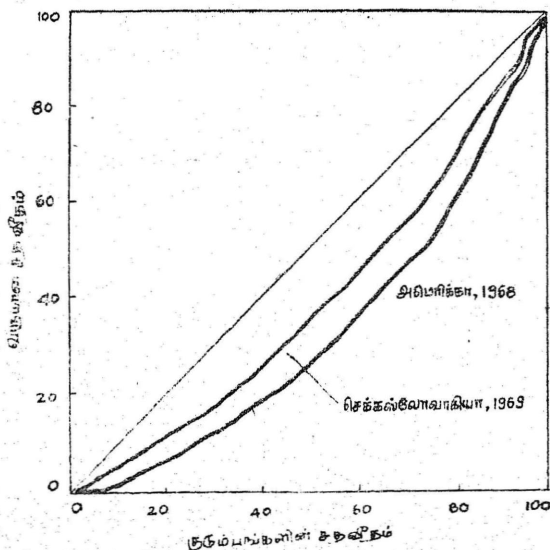
லாரன்ஸ் வளைகோடு சமத்துவமற்ற நிலையை வற்புறுத்துவதற்காக முழு அளவு வருமானங்களைப்பற்றிய தகவல்களை அமுத்திவிடுகிறது. வரைபடம் 9—2-ல் வெள்ளையர்க் குடும்பங்களின் வருமானங்கள் வெள்ளையரல்லாதவர்களைவிட அதிகமாய் இருக்கின்றன

வென்பது தெளிவாகவில்லை. ஆனால், வெள்ளையரல்லாத குடும்பங்களின் வருமானம், வெள்ளையர்களைவிடச் சமமற்றுப் பங்கிடப்பட்டுள்ளது என்பதை வெளிப்படுத்துகிறது. வரைபடம் 9—1-ல் காட்டப்பட்ட வெள்ளையர், வெள்ளையரல்லாத சமமற்ற நிலையோடு வெள்ளையரல்லாதவர்களிலும் ஒரு முக்கியமான சமமற்ற நிலைமை இருப்பதைப் பார்க்கலாம். இதற்குக் காரணம் வெள்ளையரல்லாத மத்திய வகுப்பின் சின்மைதான். ஒப்பிடக்கூடிய ஒரு சில வெள்ளையரல்லாத மேம்பட்டவர்கள், அவர்களின் வர்க்கத்தின் மொத்த வருமானத்தில் பெரும்பகுதியை வெள்ளையர்த் தொகையின் ஓர் ஒப்பிடக்கூடிய பகுதியைக் காட்டிலும் பெறுகிறார்கள் என்பது உண்மையாகும்.

பன்னாடு சார்ந்த ஒப்பீடுகளுக்கும் லாரன்ஸ் வளைகோடு உபயோகமாக இருக்கிறது. வரைபடம் 9—3-ல் அமெரிக்கப் பண்ணையல்லாத குடும்பங்களின் வருமானப் பங்கீடு செக்கஸ்லோவக்கியாவின் அதையொத்த பங்கீட்டுடன் ஒப்பிடப்படுகிறது. இவ்விளக்கம் பல காரணங்களுக்காகத் தேர்ந்தெடுக்கப்பட்டுள்ளது. செக்கஸ்லோவக்கியப் பொருளாதாரம் அமெரிக்காவினுடையதிலிருந்து வேறுபடுகிறது. அமெரிக்கப் பொருளாதாரத்தைப்போல் மிகவும் தொழில்மயமானது அது, ஆனால், மிகவும் சிறியது; ஏழ்மையானது; மத்திய நிர்வாகக் கம்யூனிஸ்ட் தத்துவத்திற்கேற்ப அமைக்கப்பட்டுள்ளது. செக்கஸ்லோவக்கியர் மிகவும் சமமான வருமானப் பங்கீட்டை ஏந்த நாட்டிலும் இல்லாதவாறு அடைந்துவிட்டதாகப் பெருமைப்படுவது மிகவும் வியப்புடையதாக இருக்கிறது. அவர்களின் வருமானப் பங்கீடு அமெரிக்காவினுடையதைக் காட்டிலும் மிகவும் சமத்துவம் வாய்ந்ததாக உள்ளதைப் பார்க்கலாம். ஏழ்மையான 60 சதம் செக் மக்கள் மொத்த வருமானத்தில் 46 சதவீதத்தைப் பெறுகிறார்கள், அஃது அதே விகிதாச்சார அமெரிக்கரின் 36 சதவீதத்துடன் ஒப்பிடப்படுவதைப்போலாகும். அமெரிக்கர்களைப்போல் செக் மக்களில் பாதிப்பேர் முழுச் சமத்துவக் கோட்டிற்கு அப்பால் இருக்கிறார்கள்.

முழுச் சமத்துவம் அடைய முடியாத ஒன்றாகையால், செக் மக்களின் பங்கீடு முயற்சிக்கக்கூடிய நடைமுறைக் குறிக்கோளாகும். இந்த ஆசை மட்டத்தை ஏற்றுக்கொள்வதற்கு முன்னர், இந்த உயர்ந்த சமத்துவநிலைக்குச் செக் மக்கள் அதிகமாகத் துன்புறுகிறார்கள் என்பதைக் கவனிப்பது முக்கியமாகும். அதற்கு என்ன சாட்சியம்? செக் பொருளாதாரம் குறிப்பிடத்தக்கவாறு திறமையற்றதாகவும் வளர்ச்சியற்றதாகவும் இருக்கிறது என்பது குறிப்பிடத்தக்கது. வரலாறுபடி, செக்கஸ்லோவக்கியா அதற்குப் பக்கத்திலுள்ள

ஆஸ்திரியாவைவிட மிகவும் முன் னேறிய நாடு. ஆனால், அண்மைச் சகாப்தங்களில் ஆஸ்திரியா அதை மிஞ்சி விட்டது. வருமானப் பங்கீடு எல்லாக் குற்றங்களையும் இதற்காகச் சுமக்க வேண்டியதில்லை. செக்கஸ்லோவக்கியாவைப் பாதித்த மற்ற பாதகச் சூழ்நிலைகள் திரும்பத் திரும்ப ஏற்படும் சில அரசியல் குழப்பங்களும் சோவியத் கூட்டத்தின் பரந்த நோக்கத்தால் கூறப்பட்ட சில அறிவற்ற திட்டத் தீர்மானங்களும் ஆகும். ஆனால், வருமானப் பங்கீடும் அதற்குக் காரண



வரைபடம் 9—3

செக்கஸ்லோவக்கியா, அமெரிக்காவின் பண்ணையல்லாக் குடும்பங்களுக்கான லாரன்ஸ் வளைகோடு: வருமானம் மிகவும் சமமாகச் செக்கஸ்லோவியாவில் பங்கிடப்பட்டுள்ளது.

மூலம்: அமெரிக்காவிற்கு, நிலவும் மக்கள்தொகை அறிக்கைகள் (டிசம்பர் 23, 1969). செக்கஸ்லோவக்கியாவிற்குச் சமதர்மக் குடியரசு புள்ளிவிவரம் 1969. பக்கம் 131.

மாக இருந்தது என்பதைக் குறிப்பிடும் குறிப்புகள் உள்ளன. எடுத்துக் காட்டாகத் தேர்ச்சிபெற்ற தொழிலாளர், பயிற்சிபெற்ற நிர்வாகிகளின் மூலமான குறைபாடுகள் அங்கு இருந்தன. அதே நேரத்தில், இந்த வேலைகளுக்குப் பயிற்சியளிக்கும் பள்ளிகள் விண்ணப்பதாரர்களைக் கண்டு அறிவதிலும் துன்பப்பட்டன. அதைப்போலவே மிகவும் தேவையான, பொறுப்புள்ள பணிகளுக்கும், மிகை ஊதியம் இல்லாத காரணத்தால் உத்தியோக உயர்வை அவர்கள் விரும்பவில்லை. ஆக,

பணியாற்றும் மக்கள் சக்தி, பொருளாதாரம் ஈடுபடுத்த முடியாதவாறு அவர்களின் திறமையைவிட மிகவும் குறைவாகப் பணியாற்றினார்கள்.

வருமானத்தின் மிகை ஊதியமில்லாமை எவ்வளவு செலவைச் செக் மக்களுக்குக் கொடுக்கிறதென்று எவரும் கூறமுடியாது. அடிமட்டத்திலுள்ள வருமானங்கள் இருப்பதைவிடக் குறைவாக இருக்க நேரிடும், எப்போதென்றால், வருமானப்பங்கீடு அமெரிக்காவிலுள்ளதைப்போல் இருந்தால் என்பது தெளிவாகிறது. சமத்துவத்துக்கு மிகவும் ஒத்திருத்தல் பருப்பொருள்கள் பணிகள் ஆகியவற்றில் மதிப்புடையதல்ல என்பதைவிடக் குறைவாக ஒருவர் திடமாகக் கூறலாம். ஓர் உயர்ந்த அளவு சமத்துவத் தன்மையால் பாதிக்கப்பட்ட திறமையின்மை ஒரு கோட்பாடுடைய பேயுருவைக் காட்டிலும் மிகையானது அது நிகழ்கிறது என்பதைச் செகஸ்லோவக்கிய அனுபவம் காட்டுகிறதென்று எவரும் மனபூர்வமாகக் கூறலாம்.

அளவுப் பிரச்சினைகள்

சென்ற பகுதியில் அறிமுகப்படுத்தப்பட்ட விவரவகை வருமானப் பங்கீட்டைப்பற்றிப் பெறக்கூடிய, நமக்குள்ள சிறந்த தகவலைப் பெற்றிருக்கிறது. அப்படியிருந்தும் நாம் அறிய விரும்புவதற்கு அவை ஒரு சரியற்ற ஒத்திருத்தலாகும். அவற்றின் குறைபாடுகளுக்குச் சுறுசுறுப்பாக இல்லாவிட்டால் இப் பங்கீடுகளைச் சரியாக வெளிப்படுத்த முடியாது.

அந்த அடித்தளத்தில் கருத்தும் குடும்ப வருமானத்தின் அளவும் அமைந்துள்ளது. சந்தேகமற்றவற்றுக்கான இடறு குழிகளைப் பெற்றிருக்கும் ஒரு நிறுவனத்தின் லாபங்களின் கருத்தை நாம் பார்க்கும்பொழுது, அதை ஒத்த பிரச்சினையை எதிர்ப்பட்டோம். ஒரு குடும்ப வருமானத்தின் கருத்துப் புலப்படாததாகவும் ஏதேச்சையானதாகவும் இருக்கிறது. குடும்பங்கள் சரியான நிதிக் கணக்குகளை வைத்திருக்கும் பழக்கத்தைப் பெற்றிருக்கவில்லை. ஒரு வருமானவரி விண்ணப்பத்தைப் பூர்த்தி செய்த, அல்லது மறுபடியும் அவரது பட்டியலைத் திரும்பப்போடும் எவரும், அவரது பதிவேடுகள் மிகவும் தவறானவை என்றும் அவரது ஞாபசக்தியின் தன்மையையும் அறிந்து கொள்வார்கள். மிகவும் பணமயமான பொருளாதாரத்திலும்கூட ஏதேச்சையாகக் கணக்கிடக்கூடிய பல முக்கியமான பணமற்ற உருவ வருமானங்கள் இருக்கின்றன என்பதை மறக்கக்கூடாது.

வீட்டுச் சொந்தத்திலிருந்து மிக முக்கியமானவற்றுள் ஒன்று எழுகிறது. ஒரு குடும்பம் அது பெற்றிருக்கும் வீட்டில் வாழும்வரை

இருப்பின் வாடகை மதிப்புச் சொந்த வருமானப் பங்கீட்டில்[1] அதன் வருமானத்தில் ஒரு பாகமாகக் கணக்கில் சேர்ப்பதில்லை. ஆனால், அதன் வீட்டை வாடகைக்கு விட்டு வேறு இடத்தில் வசித்தால் வீட்டுவரி, வட்டி, வீட்டுக்கான மற்ற செலவுகளுக்குமேல் கிடைக்கும் மிகை வாடகை கணக்கிடப்படும். அப்படிப்பட்ட ஒரு கணிப்பு ஓர் உயர்ந்த வருமான வகுப்பில் அக் குடும்பத்தைச் சேர்க்கும் வாய்ப்பை அளிக்கும். ஆனால், உண்மையில் ஒரு விருத்தியும் உண்மை வருமானத்தில் இருக்காது. சொந்தக்காரர் வசிக்கும் இடத்தின் வாடகை மதிப்பின் விடுப்புத் தனி நபர் வருமானப் பங்கீட்டைச் சிதைக்கிறது. சொந்தவீடு வைத்திருப்பது ஏழைகளைக்காட்டிலும் பணக்காரர்களிடம் அதிகம் காணப்படுவதால், வருமானங்களின் தெளிவான சமத்துவமற்ற நிலைமையைத் தூண்டுகிறது. உடைமை வெள்ளையரல்லாதவர்களைக் காட்டிலும், வெள்ளையர்களிடம் அதிகம் காணப்படுவதால், இரு இனத்தின் சராசரி வருமான அளவில் தெளிவானவரை குறைக்கிறது.

அதைப்போன்ற பணமற்ற வகைகள் பல இருக்கின்றன. அவை எல்லாம் பங்கீட்டைச் சிதைக்கின்றன. குறைந்த வருமானக் குடும்பங்கள் உணவு முத்திரையை வாங்கி, உதவித்தொகை வீட்டுத் திட்டத்தில் வசிக்கத் தகுதி பெற்றுள்ளார்கள். சமமான நன்மைகள் அவர்களுக்குப் பணத்தில் கொடுக்கப்பட்டால், அவர்களுடைய பதிவான வருமானம் அதிகரிக்கும். இப்போது இந்த நன்மைகள் கணக்கிடப்படுவதில்லை. ஆகையால், வருவாயின் சமமில்லாத் தன்மை பதிவேடுகளில் மிகைப்படுத்தப்பட்டுள்ளது என்னலாம். ஒவ்வொருவரும் பல பொதுப்பணிகளிலிருந்து நன்மை அடைகிறார்கள். ஆனால் அவற்றுக்குப் பணம் கொடுப்பதில்லை. அவற்றுள் கல்வி, உதவிபெற்ற போக்குவரத்து வசதிகள், பூங்காக்கள், மனமகிழ் வசதிகள் முதலியன மிக முக்கியமானவை இவற்றில் சில முதலாவதாகப் பணக்காரர்களையும் சில ஏழைகளையும் நன்மையடையச் செய்கின்றன. உண்மை வருமானப் பங்கீட்டை எப்படி அவை பாதிக்கின்றன என்று எவருக்கும் தெரியாது. இந்த விதிக்கப்படாத பணிகள் பன்னாட்டு ஒப்பீடு செய்வதற்கு முக்கியமானவைகளாக இருக்கின்றன. ஏனென்றால், நாடுகளிடையே அவை வேறுபடுகின்றன. எடுத்துக்காட்டாக, செக்கஸ்லோவியாவில் கிடைக்கும் இலவசப் பணிகள் போன்ற வகைகளுக்கு அமெரிக்காவில் செலுத்தப்பட்டால் மருத்துவக் கவனிப்பு, உயர்நிலைக்கல்வி, வீட்டுவசதி[2] அவர்களின் வருமான அளவு இன்னும்

[1] நடைமுறை வருவாயப் பங்கீட்டில் உடைமை வீடுகளின் வாடகை மதிப்புக் கணக்கிடப்படுகிறது. அது பல புள்ளியியல் சார்பான முலங்களைத் தழுவியுள்ளது.

[2] செக்கஸ்லோவியாவில் வாடகைகள் பெயரளவினையுடையன.

அதிகமாகவும் அறிவித்ததைவிட மிகச் சமத்துவமுடையதாகவும் இருக்கும்.

புள்ளி விவரங்களில் காட்டப்பட்ட தனிப்பட்டவர் வருமானப் பங்கீடு வரிவருமானத்திற்கு முந்தியது. வரி வருமானத்திற்குப் பின்னர் அன்று. அதைத்தான் குடும்பம் பெற்றிருக்கிறது. வருமான வரி வளர் வீதத்தில் இருப்பதால், வரிக்கு முன்னுலுள்ள வருமானம் வருமானச் சமநிலையற்ற[1] அளவின் மிகை மதிப்பீட்டைக் காட்டுகிறது. ஆனுல். அங்குச் சரிபடுத்தக்கூடிய சிதைவுகள் இருக்கின்றன. உயர்ந்த வருமானக் குடும்பங்களால் அனுபவிக்கப்படுகிற முதலீட்டு ஆதாயங்கள் அவர்களின் வருமானங்களில் சேர்க்கப்படவில்லை.

வருமானங்களின் பதிவுபெற்ற பரவல்களுக்கான காரணங்களில் ஒன்று இளங் குடும்பங்களின் வரவுகள் நிலையான கூலி ஈட்டுபவர்களுடனும் சில குவிக்கப்பட்ட சேமிப்புடனும் உள் மத்திய வயதுக் குடும்பங்களைக் காட்டிலும் சிறிய அளவாக இருக்கநேரிடும். ஒவ்வொரு வரும் அதே வாழ்க்கை வருமானங்களைப் பெற்றிருந்தாலும் எந்த ஓர் ஆண்டிற்கும் பதிவேடு சில வருமானச் சமமற்ற நிலையைக் காட்டும் வெள்ளையர் அல்லாத குடும்பங்கள் வெள்ளையர்களைவிட இளமையானது. ஆகையால் இவ் விளைவு ஒரு வாழ்க்கை அடிப்படையான அவர்களின் வருமானத்திலுள்ள வேறுபாடு மிகை மதிப்பீட்டிற்கு ஏதுவாகிறது. மற்ருெரு காரணம், சிலர் கடினமாகவும் நீண்டநேரத்திற்கும் மற்றவர்களைக் காட்டிலும் உழைக்கலாம் (எடுத்துக்காட்டாக கள்ளச் சாராயம் காய்ச்சல்). கள்ளச் சாராயம் காய்ச்சுபவர்கள் ஓய்வை விரும்புவோரைவிட அதிகமான வருமானம் பெறுவதாகப் பதிவு செய்யப்பட்டுள்ளது. ஓய்வும் ஒரு பணமில்லாத வருமானமாகச் சேர்ந்தால், பதிவுசெய்ததைவிட உயர்வு தாழ்வு நிலையின் தரம் குறைவாக இருக்கும். மாருக, தொழிற்சாலை மருத்துவக் கவனிப்பு, ஓய்வு வசதிகள் செலவு-கணக்கு, தனிச் சலுகைகள், பணமில்லாத ஓர எல்லை நன்மை முதலியன எல்லாம் கணக்கிலிருந்து ஒதுக்கப்படுகின்றன. இந்த ஒதுக்கல்கள் பதிவு செய்யப்பட்ட வருமானப் பங்கீட்டைச் சமமாக்க ஏதுவாக இருக்கின்றன.

இறுதியாக, மார்கஸ் ஆர்லியஸ் காலத்திலிருந்து மக்கள் பொதுவாகப் பணம் எல்லாம் அன்று என்றும், வருமானத்தை நலத்துடன் அல்லது மகிழ்ச்சியுடன் சமப்படுத்த முடியாதென்று கூறிக்கொண்டிருக்கிருர்கள். அது நலமாக இருப்பதால், நாம் வருமான ஏற்றத்தாழ்வுகளைப் பற்றிப் பேசும்பொழுது, பதிவு செய்யப்பட்ட ஓர் ஆண்டுக்கான விவரம்

1 கீழ்வரி அட்டவணைகளில் இப்படிப்பட்ட சிதைவின்மூலம் சாதாரணமானது. வரைபடம் 9—4 ஐப் பார்.

உண்மையான செய்திகளைப்பற்றிய ஒரு செப்பமற்ற பிரதிபலிப்பைத்தான் கொடுக்கிறதென்னலாம். மேற்கூறப்பட்ட துன்பங்களில் பெரும் பாலானவை இப் பரந்த ஆய்வுக் கட்டுரையின் நோக்கங்களாகும். ஒரு சந்தைப் பொருளாதாரத்தில், குடும்பங்களின் ஒப்பிடக்கூடிய நலம், அவர்களின் பணவருமானங்களால் சிறப்பாக ஒத்திருக்கச் செய்கிறது. அல்லது மேற்கூறிய பெரிய சரிப்படுத்தல்களை ஏற்படுத்த முடிந்தால் சமமாக இருக்கும். எப்படி இருந்தாலும் நமக்குக் கிடைக்கும் சிறந்த விவரங்கள் அணிகள் தான், அதிலிருந்துதான் எப்படி மேன்மையான குடும்பங்கள் இருக்கின்றன என்பதைப்பற்றியும் உண்மையான பொருளில் அவர்களின் வருமானங்கள் எவ்வாறு சமமாக உள்ளன என்பதையும் நினைத்துக் கொள்ளலாம்.

வருமானங்களை உற்பத்தி செய்தல்

ஒரு மனிதனின் வருமானம் அவன் பொருளாதாரத்திற்கு அளிக்கும் உற்பத்திக் காரணிகளின் அளவாலும் அவற்றுக்காக அவன் பெறும் விலைகள் அல்லது கூலிகளால் தீர்மானிக்கப்படுகிறது என்று முன்னர்க் குறிப்பிட்டோம். இப் பகுதியில், இச் சக்திகளின் இரண்டாவதைப்பற்றிப் பார்ப்போம். அஃதாவது ஆக்கக் காரணிக ளால் தருவிக்கப்படும் விலைகளைச் செல்வப் பங்கீட்டைப்பற்றிக் கூறுவ தற்கு அதிகம் கிடையாது.

பொருளாதாரத்தைப் பற்றிய பெரு நூல்கள், உற்பத்திக் காரணிகளை மூன்று பகுப்புகளாகப் பிரிக்கின்றன. அவை நிலம் உழைப்பு, முதல் என்பன. ஒரு காலத்தில் இவை மூன்று சமூக வகுப்புகளைச் சார்ந்திருந்தன. அஃதாவது நிலமுடைய மக்கள், தொழில் செய்யும் ஏழை, வணிகர்கள் ஆகியோராவர். ஆனால், கால மாறுபாட்டால் நிலமுடைய மக்கள் தேய்ந்து விட்டார்கள். மற்ற இரு வகுப்புகளுக்குமுள்ள எல்லை தடுத்துக் காப்பாற்றப்பட்டது. ஆகையால், வகுப்புகள் உள் நாட்டில் பல வகைப்படுத்தப்பட்டன. இப்போது உடல் உழைப்புத் தொழிலாளிக்கும் உடல் உழைப்பற்ற தொழி லாளிக்கும் சிறப்புத் தேர்ச்சி பெற்றவர்களும் தேர்ச்சி பெறுதவர்களும், நிர்வாகிகள் வாழ்க்கைத் தொழிலாளர்கள், முதாளிகள் முதலீடு செய் பவர்கள் முதலியோரை வேறுபடுத்த வேண்டியுள்ளது.

சில விதி விலக்குகளுடன் பண்டைக்கால முழுமை ஆய்விற்கான ஒரு பயனுள்ள பணிச்சட்டமாக இன்னும் இருக்கிறது. அந்த விதி விலக்குகள் முக்கியமானவை. எடுத்துக்காட்டாக, பாணி மாதிரியின் ஈட்டல்கள் கூலிகளாக வகுக்கப்பட்டுள்ளன. ஓர் இயற்கைக் காட்சியில் அமைக்கப்பட்ட தனி அளவு, வீட்டின் பெறுதல்கள் வாட

கைகளாகும். ஆனால் இரண்டும் ஓர் அபூர்வமான, திரும்ப உண்டாக்க முடியாத, இயற்கை வளத்துடன்கூடிய அலகுணர்ச்சியுடைய மதிப்பைப் பார்க்கும் சலுகைக்கான செலுத்தல்களும், இரண்டுக்கான செலுத்தல்களின் தொகைகள் அவற்றைப் போன்ற பொருளாதாரக் கருதல்களால் தீர்மானிக்கப்படுகின்றன. நாட்டு வருமானக் கணிப்பு உருப்படிவ ஈட்டல்களைக் கூலிகளாகப் பதிவு செய்தாலும் நுணுக்கப் பொருளியல் அறிஞர் அவற்றை வாடகைகளாகக்[4] கருதுகிறார்கள்.

மேலும், பண்டைக்கால பகுப்புகள் வட்டி செலுத்தல்கள், பிரிவுகள், வணிகர்களின் லாபங்கள் ஊகர்களின் லாபங்கள் முதலியவற்றை 'இருப்பின் லாபங்கள்' என்ற தலைப்பில் சேர்த்துக் காட்டின. வணிகர்கள் உடைமையாக்கி, அவர்களின் தொழில்களையும் கார்ப்பரேஷன்களையும் இயங்கும்பொழுது இந்த வருமான உருவங்களின் வேறுபாடுகள் பொருத்தமற்றதாக இருக்கின்றன. ஆனால், இப்போது ஒரு வாயு நிலைய உடைமையாளரின் ஈட்டல்கள், ஒரு பெரிய இருப்பு வைப்பவரின் பெறுதல்களாக இருப்பதைக் காட்டிலும் கூலிகளுக்கு மிகவும் ஒத்திருக்கின்றன என்னலாம். ஆக, மறுபடியும் பரம்பரைப் பகுப்புகள் முக்கியமாக ஏற்பட்ட வேறுபாடுகளைப் புறக்கணிக்கிறது. இருந்தாலும், நமது விவாதத்தை உருவாக்கப் பழைய பகுப்பைப் பயன்படுத்தலாம். ஏனென்றால், மொத்த வருமானங்கள் அதை ஒத்திருக்கச் செய்கின்றன.

இறுதிநிலை உற்பத்தித்திறன்

ஒரு தத்துவம் எல்லா வருமானங்களின் தீர்மானிப்பில் பங்கு கொள்கிறது. அஃது இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறனாகும். அதனால்தான், மிகவும் விரிவாக ஆக்கத் தத்துவங்களின் விவாதத்தில் ஊன்றி நின்றோம். அந்த விவாதத்தின் பெரிய முடிவுகளை மறுபடியும் பார்க்கலாம்.

வணிகர்கள் ஒன்றோடொன்று தொடர்புள்ள இரு உற்பத்தி முடிவுகளைப் பெற்றிருக்கிறார்கள். எவ்வளவு உற்பத்தி செய்வது; அவற்றை உற்பத்தி செய்வதில் ஈடுபடுத்த ஒவ்வொரு காரணியும் எவ்வளவு தேவை என்பன அவை. இந்த இரண்டாவது தீர்மானம் ஒவ்வொரு காரணிக்கான அவனது தேவையை நிலைநாட்டுகிறது. எல்லா வணிகர்களுக்கும் சேர்க்கும் பொழுது ஒவ்வொரு காரணிக்கும் தேவை வளை

4 ஒரு பொருளியல் அறிஞருக்கு, நிலையான அளிப்புடைய ஒரு வளத்தின் பயனுக்கான ஒரு செலுத்தல் வாடகையாகும். அதன் விலை, வளங்களின் வாய்ப்புப் பெருமானத்திற்குத் தொடர்புடையதன்று, அது மற்ற தொழில்களின் மதிப்பால் அளவிடப்படுவதைப்போல் அன்று. நிலவாடகை மிகவும் முக்கியமான அமைப்பு. திரும்பச் செய்யமுடியாத கலைப்பொருள்களுக்கான செலுத்தல்கள், அபூர்வத் திறமைகள், தொலைகாட்சி வழிகள் முதலியனவும் வாடகைகள், இவற்றைப்பற்றி மேலும் பார்க்கலாம்.

கோடு ஏற்படுகிறது. காரணிகள் விலைகளின் தீர்மானம் ஒரு பகுதியாகவும் அளிப்பு வளைகோடு மற்றொரு பகுதியாகவும் இருக்கின்றன.

காரணிகளின் அளவுகளைத் தீர்மானிப்பதில் தகுதியாக இருக்கும். வரை வணிகர்கள் ஒவ்வொரு காரணியின் கூடுதலான அலகுகளை வாடகைக்குப் பெறுகிறார்கள். இஃது இரண்டில் ஒன்று உண்மையாக இருக்கும்வரை. (1) அந்த அலகு, உற்பத்தி செய்யும் உற்பத்தி மதிப்பைக் காட்டிலும் குறைவாகக் காரணியின் ஓர் அலகின் செலவு இருக்கும். அதுதான் காரணியின் இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறனின் பொருள் நேரங்களின் விலையாகும். ஆக, $p_x = p_o \; MP_x$ இருக்கும் பொழுது வணிகர்கள் திருப்திப்படுகிறார்கள். அதிகாரம் 4-ல் பயன்படுத்தப்பட்ட அதே நோக்கத்தைப்போல உள்ளது. (2) உற்பத்தியின் அளவைப் பாதிக்காமல் பதிலீடு செய்யக்கூடிய அதற்கான ஒரு மாற்றுக் காரணியின் செலவைக் காட்டிலும் காரணியின் ஓர் அலகின் செலவு குறைவாக இருக்கிறது. இஃது இரு பதிலீடு செய்யக்கூடிய ஆக்கக் காரணியின் விலைகளுக்குள்ள தொடர்புக்கான சூத்திரத்திற்கு நடத்திச் செல்கிறது.

$$\frac{p_x}{p_y} = \frac{MP_x}{MP_y}$$

இச் சூத்திரங்கள் வேண்டப்படும் ஒரு காரணியின் அளவை, அதன் விலை கொடுக்கப்பட்டிருந்தால் போட்டியிடும் காரணிகளின் விலைகள், பொருள்களின் விலைகள் முதலியன கொடுக்கப்பட்டிருந்தால் தீர்மானிக்கின்றன. மற்ற எல்லாப் பொருள்களின் விலை மாருமல் இருந்து, காரணியின் விலை மாறுவதாகக் கற்பனை செய்தால் காரணிக்கான தேவை வளைகோட்டைக் கண்டுபிடிக்கலாம்.

ஒரு காரணியின் இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறன், அதை அதிகமாகப் பயன்படுத்தினுல், பொதுவாக வீழ்கிறதாகையால், மற்ற காரணிகளின் கொடுக்கப்பட்ட அளவுகளைப் பயன்படுத்தினுல், ஒரு காரணியின் விலையில் ஒரு குறைவு அதன் கூலியில் ஓர் அதிகரிப்பைத் தூண்டும், அது வழக்கமான வடிவத்தின் ஒரு தேவை வளைகோட்டைக் கொடுக்கும். உண்மையாக, ஒரு காரணியின் விலையில் ஒரு குறைவு, ஓர் இரண்டாவது முக்கிய விளைவைப் பெற்றிருக்கிறது. அதன் உதவியால் உண்டாக்கப்பட்ட பொருள்களின் உற்பத்திச் செலவுகளில் ஒரு குறைப்பைத் தூண்டி, அவற்றின் வெளிப்பாடுகளை அதிகரிக்கும். ஒரு காரணியின் விலை விழும்பொழுது, பொருளின் ஓர் அலகிற்கு அதிகமானது அதில் பயன்படுத்தப்படுகிறது (பதிலீட்டு விளைவு). அதற்காகப் பயன்படுத்தப்பட்ட பொருள்களின் வெளிப்பாடு அதிகரிக்கிறது (விரிவாக்க விளைவு). இவைதாம் ஒரு காரணிக்கான தேவை வளை

கோட்டின் முக்கிய உள்கருத்துகளாகும். ஆனால், சில கடுஞ்சிக்கல்கள் இருக்கின்றன. அவற்றைப்பற்றி நாம் பார்க்க வேண்டியதில்லை.

தத்துவப்படி இம் முடிவுகள் மற்ற ஒரு காரணி விலைக்குள்ளதைப் போல் கூலிக்கும் பொருந்துகிறது. நிச்சயமாக அவை கூலி அளவுகளைத் தீர்மானிக்காது. ஆனால், ஒரு கொடுக்கப்பட்ட கூலியில் முதலாளிகள் வாடகைக்கு வாங்க விரும்பும் ஒரு குறிப்பிட்ட வகைத் தொழிலின் அளவை மட்டும் குறிக்கும்.

நடைமுறையில், தொழிலின் இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறனைத் தீர்மானிப்பது மிகவும் கடினம். மேலெழுந்த தீர்ப்புகள் கட்டைவிரல் விதிகளுடன் போதியனவாக இருக்கும். ஒரு தொழிலாளர் மேல்முறையாளரின் இறுதிநிலை உற்பத்தித்திறன் அல்லது போட்டியின், அல்லது ஆக்கக் கோட்டின் ஒரு மனிதன், அல்லது ஒரு பேராசிரியர் ஆகியவர்களின் இறுதிநிலை உற்பத்தித்திறன் என்ன? முதலாளி அனுபவத்தின் மூலம் ஒவ்வொன்றிலும் எத்தனை தேவைப்படுகிறார் என்றும், அடிக்கடி அதிகமாக அல்லது சிலவற்றின்[1] விளைவுகளுடன் அவர் செய்து பார்க்கிறார். ஒரு குறிப்பிட்டவகைத் தொழிலின் கூலி அதிகமாய் இருந்தால், குறைவாக வாடகைக்குப் பெற்றுச் செலவைக் குறைக்க அவர் முற்படுவார் என்பதாகும். இஃது ஒரு நிலைபற்றதும் தொடர்ச்சியற்ற முறையாகவும் இருக்கிறது. குறுங்காலத்தில் பதிலீட்டு விளைவு மிகவும் சக்திவாய்ந்ததன்று. காலம், இயந்திரம், முறைகள் கொடுக்கப்பட்டுச் செலவுள்ள தொழில் அமைப்புகள், மற்ற ஆக்கக் காரணிகளைச் சிக்கனப்படுத்துவதற்கு மொத்தமாகின்றன.

சங்கப் பணி விதிகளால் உண்டாக்கப்பட்ட ஆபூர்வ விதிவிலக்குகளுடன் ஒரு வணிகன் காரணிகளின் விலைகள், அவற்றுடன் உண்டாக்கும் பொருள்களின் மதிப்பிற்கு அதிகமாக இருந்தால், உற்பத்திக் காரணிகளை உபயோகிக்கமாட்டான். மாறாக, அவரது உற்பத்தியின் மதிப்பிற்கான அளிப்பைவிட ஒரு காரணிக்குக்குறைவாக செலுத்தமாட்டான். அவன் நியாயத்தை விருப்புவான் என்று கூற முடியாது. ஒரு காரணியின் இறுதிநிலைப் பொருளின் மதிப்பிற்குக் கீழே ஒரு காரணி விலை விதிக்கப்பட்டால், காரணியின் விலைக்கு இறுதிநிலை

1 குறிப்பிட்ட செய்முறைகளைச் சங்கங்கள் ஏற்றுக்கொள்ளாது. அல்லது பதிலீட்டு விளைவு பணிகளையும் வேலை நிலைமைகளையும் குறிக்கும். பணிவிதிகளைக் குறிப்பதன்மூலம் அவர்கள் அவற்றைத் தடுக்கிறார்கள். சில ஆபூர்வ நிலைகளில் இப்பணி விதிகள் மிக சலுகையளித்துக் கொடுப்பதை அடக்கியுள்ளன. அஃதாவது முதலாளி எந்தப் பணியையும் ஒரு வேலையாளுக்குக் கொடுக்க முடியாததைக் கொடுக்க வற்புறுத்துவது, இயந்திர அளிப்பில் ஈடுபட்டவர்களை, விதிவிலக்கு தொழில் அல்லது சேமிப்பு இயந்திர அழித்தல் முதலியவைகளை எடுத்துக்கொள்ள வற்புறுத்தல் இப்பழக்கங்கள் தேவை வளைகோட்டை நகர்த்துகிறது. ஆகையால் முதலாளி அவர்களின் கூலிக்குச் சமமாக இருக்கும் அவர்களின் இறுதிநிலைப் பொருளின் மதிப்பு இருக்கும் முனைக்கப்பால் தொழிலாளிகளை அமர்த்துகிறார்.

பொருளின் மதிப்பு வரும்வரை அதில் அதிகமாக வாடகைக்குப் பெறுவார். அல்லது மற்றொரு முதலாளி அவரிடமிருந்து அதை வாடகைக்குப் பெறுவார். ஆகையால் பலமான சக்திகள் அங்கு இருக்கின்றன. அவை இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறன் சூத்திரங்களிலிருந்து துணிக்கப்பட்ட காரணித் தேவை வளைகோடுகளுக்கேற்ப நடக்க வணிகர்களைத் தூண்டுகிறது. இச் சூத்திரங்கள், உற்பத்திக் காரணியை உடனடியாகத் திர்மானிக்க முடியாவிட்டால், அஃதாவது குறைந்த சக்தியுடன் இருந்தாலும், எல்லா உறபத்திக் காரணிகளுக்கும் பொருந்தும்.

கூலிகள்

அமெரிக்கக் குடும்பங்களில் சுமார் 40 சதவீதம் ஈட்டப்பட்ட வருமானத்தை முழுதும் சார்ந்துள்ளது. அஃதாவது கூலிகள், ஊதியங்கள், வாழ்க்கைத் தொழில் வருமானம், தன்பணி வருமானம் ஆகியவையாகும். மற்ற 50 சதம் சொத்து வருமானம், அரசாங்கச் செலுத்தல்கள் அல்லது ஈட்டல்களுக்கப்பால் ஓய்வுத் தொகைகள் முதலியவற்றைப் பெறுகின்றன. அவர்களில் பெரும்பாலானோர்களுக்குச் சம்பாதிப்புகள் வருமானத்தின் மூலமாக இருக்கின்றன. 10 சதவீதத்திற்கும் குறைவானவர்கள் மற்ற வழிகளில் முழுக்க வாழ்கிறார்கள்.

கூலிவருமானம் அல்லது ஈட்டப்பட்ட வருமானப் பங்கீட்டைப் பற்றிப் பேசும்பொழுது, வருமானப் பங்கீட்டின் முழு விளைவின் மைய நிலையைப் பேசுகிறோம் என்பதைக் குறிக்கிறது. பெரும்பாலான மக்களுக்கு வருமானம் ஈட்டல்களுக்குச் சமமாக இருக்கும்.

ஒரு குடும்பத்தின் ஈட்டப்பட்ட வருமானம் அதன் முக்கியக் கூலி ஈட்டுபவரின் தொழில் பகுப்பைச் சார்ந்துள்ளது. 1968-ல் அப்படிப்பட்ட உச்ச எல்லையைக் குறிக்க, மருத்துவர், அறுவைச் சிகிச்சை மருத்துவர்கள் சராசரியாக 23,300 டாலரை ஈட்டினார்கள், அஃதாவது பணித் தொழிலாளர்கள் ஈட்டியதற்கு ஒரு சதம் குறைவாக (அவர்களின் சராசரி வருமானம் 4,000 டாலர்கள்). ஆகையால், ஈட்டிய வருமானப்பங்கீட்டின் விளக்கம் இரண்டு பொருள்களைக் குறிக்கிறது. வேறுபட்ட தொழில்களின் வருவாய்களின் வித்தியாசங்களின் விளக்கமும் தொழில்களில் தொழிலாளர்களின் பங்கீட்டைப் பற்றிய விளக்கமும் உண்மையில் பிரச்சினை மேலும் இணைந்துள்ளன. பல்வேறு தொழிலாளிகளுக்கான தேவையைத் தீர்மானிக்கும் தத்துவங்களை ஏற்கெனவே அறிந்திருப்பதால், ஈட்டல்களின் தீர்மானத்தை முடிப்பதற்காக அளிப்புகளைத் தீர்மானிக்கும் தத்துவங்களைமட்டும் விவாதித்தால் போதும். பலவகைத் தொழிலாளிகளின் அளிப்பு

வளைகோடுகளின் விவாதம் தொழில்களுள் பணியாளர்களின் பங்கீட்டைப்பற்றிய விவாதமும் ஆகும். அதுதான் முக்கியமான பணி.

அளிப்பு வளைகோடுகளைச் சமாளிப்பதற்கு முன்னர், ஒரு பொதுக் கருத்துத் தொடர்பான வினா எதிர்ப்பட வேண்டியிருக்கிறது. எதன் அளிப்பு வளைகோடுகள்? எல்லாத் தொழிலாளிகளுக்கான ஓர் அளிப்பு வளைகோடு மிகவும் உதவியாக, அல்லது பொருளுடையதாக இருக்காது. மற்ற உச்ச எல்லையில், ஒரு குறுகிய விளக்கமுடைய தொழிலாளிக்கான அளிப்பு வளைகோடு மிகவும் பொருளுடையதாகவும் இருக்காது. எடுத்துக்காட்டாக, கோத்திணைப்பு கணக்கருக்கான ஓர் அளிப்பு வளைகோட்டின் பொருள் என்னவாய் இருக்கும்? எந்த ஒரு நகரத்திலும் குறிப்பிடப்படாத அலுவலகப் பணியாளர்கள் பெரும்பாலோர் இருக்கிறார்கள். அவர்களில் எவரும் சிறிய பயிற்சிக்குப் பின்னர், கோத்திணைக்கலாம். வளப்பங்கீட்டு நிலையில் கோத்திணைப்பு என்பது, தேர்ச்சி பெறாத அலுவலகப் பணியாளர் எனப்படும் ஒருவகை வளத்தைப் பயன்படுத்துவதாகும். பொதுவாகக் கூறினால், பொருளாதார ஆய்விற்கான பணியாளர்களின் ஒரு பொருள் சார்ந்த இனம் ஒரு சிறிய பயிற்சியுடன் அதே பணியைச் செய்யும் எல்லாப் பணியாளர்களையும் சேர்த்துக் கொள்ளவேண்டும். சம அளவுள்ள பணியாளர்களின் அப்படிப்பட்ட இனங்களின் விளக்கம் அவசியமாக எதேச்சாதிகாரமானதாக இருக்கும். எடுத்துக்காட்டாகக் கணக்கெடுப்புத்துறை அட்டவணை 9—3-ல் காட்டப்பட்டவற்றுடன் ஒரு சில சிறு வகுப்புகளுடன்கூடிய பகுப்புகளைப் பயன்படுத்துகிறது. இந்த வரிசை சீர்திருத்த அளவை விளக்குகிறது, பொதுத்தொழில் சந்தையை ஆராய்வதில் அது வழக்கமாக இருக்கிறது. கோட்பாடு சார்பான ஆய்வுகளுக்கான[1] வற்றை விரும்புவதைக் காட்டிலும் குறைவாகச் செப்பமடைந்துள்ளது, ஆனாலும் அது சேவை செய்கிறது.

அப்படிப்பட்ட பணிக்குப் பல்வேறு ஊதியங்களில் ஒரு வகையில் கிடைக்கும் தொழிலாளிகளின் எண்ணிக்கையை என்ன தீர்மானிக்கிறது என்பதுதான் வினா. விருப்பங்களும் அதற்குக் காரணமாக இருக்கின்றன. மிகவும் உயர்ந்த சம்பள அளவிலும் ஒவ்வொருவரும் வாழ்க்கைத் தொழிலையும் தொழில் நுணுக்கப் பணியையும் விரும்புவதில்லை. உள்நாட்டுத் திறமைப் பங்கீடு பெரும் பங்கு கொள்கிறது.

[1] எடுத்துக்காட்டாக, கைத்தொழில். தொழிலாளர் மேற்பார்வை வகைகளில் மின் தொழிலாளர் வேலையைத் தச்சர்கள் செய்யமுடியாது. ஏனென்றால், சங்கவிதிகள் தடுக்கின்றன. சில குறிப்பிட்ட அளவில் விளக்கப்பட்ட பணியாளர்கள்- தச்சர்கள் முதலியவர்கள், நன்றாக விளக்கப்பட்ட அளிப்பு வளைகோடுகளைப் பெற்றுள்ளார்கள். சங்கக் கட்டுப்பாடுகள், அனுமதி வழங்கல் கட்டுப்பாடுகள அல்லது மிகவும் சிறப்புத் தேர்ச்சிக்கான பயிற்சியின் காரணத்தால். கோத்திணைக்கும் கணக்கர்கள் பாதுகாவலர் முதலியோர் பெறவில்லை.

பொறியிலாளராக இருக்க அதற்குத் தகுந்த முறையில் கற்றுக்கொள்வதில்லை. ஒவ்வொரு மனிதனின் சமூகச் சூழ்நிலையின் பகுதியான வாய்ப்புகளின் அணியைக் குறிக்கும் சான்றுகள் சிறப்பான பங்கை வகிக்கின்றன. உண்மையில் சமூகச் சூழ்நிலை அதிகத் தேர்வில்லாதபடி வற்புறுத்துகிறதாய் இருக்கிறது.

ஆட்டவணை 9—3

தொழிலாளிகளின் அமெரிக்கக் கணக்கெடுப்புப் பகுப்பு முறை

	பணி செய்தவர்கள் மார்ச் 1969 (1,000 த்தில்)	சராசரி ஈட்டல்கள் 1968
வாழ்க்கைத் தொழில், நுணுக்கம், உறவுப் பணியாளர்	10,795	$ 9,150
விவசாயிகள், பண்ணை நிர்வாகிகள்	1,784	,, 4,739
நிர்வாகிகள், அலுவலர்கள், முதலாளிகள் பண்ணை தவிர	7,822	,, 10,513
கணக்கர், உறவுப் பணியாளர்கள்	12,464	,, 4,659
விற்பனைப் பணியாளர்கள்	4 509	,, 5,779
கைவினைஞர், தொழிலாளர் மேற்பார்வையாளர், உறவுப் பணியாளர்கள்	9,789	,, 7,609
தனிப்பட்ட விட்டு வேலையாட்கள்	1,826	,, 1,113
பணிச் சேவகர், தனி விட்டு வேலையாள் தவிர	7,702	,, 3,473
பண்ணைத் தொழிலாளர், தொழில் மேற்பார்வையாளர்	1,002	,, 2,318
தொழிலாளிகள், பண்ணை, சுரங்கம்தவிர	3,416	,, 4,277
எல்லா வகுப்புகளும்	75,075	$ 6,241

மூலம்: கணக்கெடுப்புத்துறை, நடப்பு மக்கள்தொகை அறிக்கைகள், தொகுதிகள் பக்கம் — 60 எண் 66 (டிசம்பர் 23, 1969) அட்டவணை 42.

சமூக வாய்ப்புக் கவர்ச்சியின் பலம் அட்டவணை 9—4 ஆல் குறிக்கப்படுகிறது, அது தந்தையின் மகனின் தொழில்களை ஒப்பிடும் ஒரு பெரிய மாதிரிச் சுற்றாய்வைச் சார்ந்துள்ளது. இந்த அட்டவணையில் எல்லாத் தொழில்களும் ஒன்பது இனங்களாகப் பிரிக்கப்பட்டுள்ளன. ஒவ்வொரு வரிசையின் பதிவும், அத் தொழிலின் எல்லாப் பணியாளர்களுக்குமான, அவர்களின் தந்தைகள் இருக்கும் தொழில்களின் சதவீதத்தைக் காட்டுகிறது. அதை விளக்குவதற்கு முன்னர், அஃது ஒரு வரலாற்றுச் சார்பான, 1962 ஆண்டுக்கான அட்டவணை என்பதைக் கவனிக்கவேண்டும். மாறிக்கொண்டிருக்கும் ஒரு பொருளாதாரத்தின் ஒரு காட்சியைக் காட்டுகிறது. இதை கடைசி வரிசையையும் கடைசிக் கட்டத்தையும் ஒப்பிடுவதன்மூலம் மிகவும் தெளிவாகப் பார்க்கலாம். எடுத்துக்காட்டாகப் பணியாட்களில் 21 சதவீதம் வாழ்வுத்தொழில் - நிர்வாக இனத்தில் இருந்தார்கள்.

அட்டவணை 9-4
பணியாளர்களின் தொழில் சூழ்நிலைகள், தொழில் வகுப்பு 1962

(முதல் வரிசையில் காட்டப்பட்ட இனத்தின் தந்தைகளின் ஒவ்வொரு இனத்தின் பணியாளர் சதவீதம்)

தந்தைகளின் தொழில்	வாழ்க்கைத் தொழிலும் நிர்வாகிகளும்	விற்பனையாளர்கள், சில்லரை விற்பனை அன்று	முதலாளிகள்	கணக்கர்	பிள்ளைகளின் தொழில், 1962: சில்லரை விற்பனையாளர்	கைவினைஞர்	இயக்கர் பணிகள்	தொழிலாளிகள்	விவசாயிகளும் பண்ணைத் தொழிலாளிகளும்	தந்தைகளின் சதவீதம்
வாழ்க்கைத் தொழில்களும் நிர்வாகிகளும்	21	17	7	10	8	5	4	3	1	9
விற்பனையாளர்கள் சில்லரை அன்று	5	8	3	2	5	1	1	*	*	2
முதலாளிகள்	14	14	18	8	17	5	4	2	2	8
கணக்கர்	6	6	3	5	3	3	2	2	1	3
சில்லரை விற்பனையாளர்கள்	3	5	3	2	3	1	1	1	1	2
கைவினைஞர்	19	17	18	22	16	26	17	14	3	19
பணிகள்	16	18	17	22	20	23	27	22	4	20
தொழிலாளிகள்	3	4	3	8	6	7	10	14	2	6
பண்ணைத் தொழிலாளிகளும் விவசாயிகளும்	13	11	28	22	22	29	34	42	86	31
பணி செய்யும் சதவீதம்	21	3	8	7	2	21	24	6	8	100

* $\frac{1}{2}$ சதவீதத்திற்கும் குறைவு.

மூலம்; P.M. பிலாவ் O.D. டங்கனின் அமெரிக்காவின் தொழில்முறை அமைப்பு (நியூயார்க்: ஜான்வில்லே & சன்ஸ் 1967 அட்டவணை J2. 1.

9 சதவீதம் பணியாளர்கள் அந்த வகுப்பில் தந்தைகளைப் பெற்றிருந்தார்கள். மற்ற கோடியில் பணியாளர்களில் 8 சதவீதம் விவசாயிகள் அல்லது பண்ணைத் தொழிலாளிகள், ஆனால் 31 சதவீதம் பண்ணைச் சிறுவர்கள் (முந்திய சந்ததியில் விவசாயிகள் மிகவும் அதிகமாக இருப்பதோடு மற்ற தொழிலாளர்களைவிட அவர்கள் மிகவும் ஏராளமாகவும் இருக்கிறார்கள்). அப்படிப்பட்ட பெரிய சதவீதம் எல்லாத் தொழில்களிலும் விவசாயிகளின் பிள்ளைகளாக இருந்தார்கள் என்ற உண்மையைத் தெரிவிக்கிறது.

அட்டவணையால் தெரிவிக்கப்படும் பொதுக்காட்சி, ஒரு கருதக்கூடியதாயும் வரையறுக்கப்படாததாயும், தந்தை - மகன் வாழ்வுத் தொழில் பெயர்ச்சியாக இருக்கிறது. வாழ்வுத்தொழில், நிர்வாகப் பணியாளரின் 79 சதவீதம் மற்ற தொழில்களில் தந்தைகளைப் பெற்றிருந்தார்கள். மாறாக, வாழ்வுத்தொழில் நிர்வாகத் தந்தைகளில் 9 சதவீதம் அந்தந்த வகுப்பில் நடப்புத் தொழிலாளர்களில் 21 சதவீதத்தைக் கொடுத்தார்கள். மிகவும் குறைவாகக் கவர்ச்சி செய்த தொழில் விவசாயம்தான். ஏனென்றால் அது தேய்ந்துகொண்டிருக்கும் தொழிலாகவும் அது சிறப்புத் தேர்ச்சி பெற்றதாகவும் இருக்கிறது. விவசாயிகளில் 86 சதவீதம் பண்ணைச் சூழ்நிலைகளிலிருந்து வந்தார்கள்.

முதல் ஐந்து தொழில் இனங்கள் வாழ்வுத்தொழிலும் உடலுழைப்பற்ற தொழிலாளிகளும், பாக்கியுள்ளவர்கள் உடலுழைப்புத் தொழிலாளர்களும் பண்ணையாளர்களும் ஆவர். நுணுக்கமான மாற்றத்தைக் கவனி. அஃதாவது, உடலுழைப்புத் தொழிலாளர்கள் விவசாயிகளில் ஒரு புறக்கணிக்கக்கூடிய விகிதம் மட்டும்தான் உடலுழைப்பற்ற பணியாளரின் சூழ்நிலையிலிருந்து வருகிறார்கள், தொழிலாளர்களாக இருக்கும் உடலுழைப்பற்ற தொழிலாளிகளின் தந்தைகள் தொழிலாளிகளாக இருப்பது மிகவும் குறைவாக இருக்கிறது.

இந்த இயல்புகளை அட்டவணை 9—5-ல் சுருக்கமாகப் பார்க்கலாம். அதில் 24 சதவீதம் குடும்பங்கள் உடலுழைப்பற்ற சூழ்நிலைகளைப் பெற்றிருக்கின்றன. அவர்கள் உடலுழைப்பற்றவர்களின் சூழ்நிலைகளின் நடப்புச் சந்ததியில் 42 சதவீதத்தை அளித்தார்கள், அதே சமயத்தில் உடலுழைப்புத் தொழில் சூழ்நிலைகளைப் பெற்றிருந்த 41 சதவீதத்தை மட்டும் அளித்தார்கள். அதற்கு மாறாக, 54 சதவீதம் உடலுழைப்புத் தொழிலாளர்கள் உடலுழைப்புத் தந்தைகளைப் பெற்றிருந்தார்கள், 13 சதவீதம் மட்டும் உடலுழைப்பற்ற தந்தையரைப் பெற்றிருந்தார்கள். பொது நிலைமை தடைசெய்யப்பட்ட ஒன்றாகும். ஆனால் புறக்கணிக்கக்கூடிய பெயர்ச்சி அன்று.

அட்டவணை 9—5

உடலுழைப்பற்ற, உடலுழைப்பு, விவசாயிகளின் தொழில் சூழ்நிலைகள், 1962

தந்தையின் தொழில்	பிள்ளைகளின் தொழில், 1962. உடலுழைப் பற்ற	உடலுழைப்பு	பண்ணை	தந்தையின் சதவீதம்
உடலுழைப்பற்ற	42	13	5	24
உடலுழைப்பு	41	54	9	45
பண்ணை	18	33	86	31
பணியாளர் சதவீதம்	41	51	8	100

மூலம்: பிலாவ் டங்கனின், அமெரிக்கன் தொழில் அமைப்பு என்ற நூலிலிருந்து தழுவப்பட்டது.

இடைச் சந்ததி, தொழில் இடையிலான குழைமநிலை, கூலி வருமானங்களின் ஏற்றத்தாழ்வுக்கான பெரிய அளவை விவரிக்கிறது. குறைந்த வருமானத்தின் குறைந்த சலுகை பெற்ற தொழில்களின் தந்தைகளின் பிள்ளைகளுக்கிடையிலான உயர்ந்த சலுகைப் பணிகளிலும் தடுத்தலாக இருப்பதை வெல்வதற்கு மிகையான திறமையும் தீர்மானமும் அவசியமில்லை. அதன் பயனாக உயர்மதிப்புப் பணியாளர்களின் அளிப்பு வளைகோடு, இத் தொழில்களுக்கு எல்லாருக்கும் சமமான வாய்ப்பைக் கொடுத்தால், இருப்பதைக் காட்டிலும் இடப்புறத்தில் மிகவும் தூரத்தில் இருக்கும். ஆகையால், இவ்வளிப்புக் கோடுகள், உயர்ந்த அளவு ஈட்டல்களுக்கேற்ற முனைகளில் அதேவகைப் பணியாளருக்கான தேவை வளைகோடுகளை வெட்டுகிறது. வாய்ப்பு ஏறத்தாழ்வுகள் ஈட்டல்களின் ஏற்றத்தாழ்வைத் தடுக்கிறது. எடுத்துக்காட்டாக, ரஷ்யாவில் இங்குள்ளதைக்காட்டிலும் மருத்துவத் தொழிலில் நுழைதல் சுலபமாக இருக்கின்றமையால், மருத்துவர்கள் இந்த நாட்டில் இருப்பதைவிட வருவாயின் அளவில் மிகவும் குறைவாகப் பெறுகிறார்கள்.

இவ்வாய்வின் தெளிவான சிக்கலில் ஒன்று, ஒருவகைப் பணியாளர்களின் வருமானங்களை அதிகரிக்க விரும்புபவர் அப்படிப்பட்ட வகைப் பணியாளர்களின் அளிப்பை எப்படியாவது கட்டுப்படுத்த வேண்டும் என்பதாகும். வாழ்க்கைத் தொழில் சங்கங்கள், கைவினைச் சங்கங்களைப்போல் அப்படிப்பட்ட மாறுபட்ட கூட்டங்கள் இதைப் பழங்கால முதல் தெரிந்திருக்கிறார்கள், மிகவும் சிறிய வகுப்புப் பணியாளர்களைத் தவிர, அஃதாவது தச்சர்கள், மருத்துவர்கள் அளிப்பைக்

கட்டுப்படுத்துவது சாத்தியமில்லை என்பதுதான் பிரச்சினையாகும். அதிகமான சங்கங்களும் வாழ்க்கைத் தொழில் சங்கங்களும் இந்தச் சூழ்ச்சி முறையை முயன்றால் குறைந்த அமைப்புடைய பணிகளில் வேலைதேடும் தொழிலாளரின் அளிப்பை அவர்கள் அதே நேரத்தில் அதிகரிக்கிறார்கள். கூலி அமைப்பைச் சுழற்றுவதுதான் விளைவாக இருக்கும். அஃதாவது அமைக்கப்பட்ட பணியாளர்கள் அமைப்பற்ற வர்களின் பலவீனத்தால் பலன் அடைவார்கள். அதன் பயனாக வருமான ஏற்றத்தாழ்வுகள் குறைவதைவிட அதிகரிக்க நேரிடும்.

தொழிற்சங்கங்கள் அவர்களின் தொழில்களில் வேலை வாய்ப்பைத் தடுக்காமல் கூலி அதிகரிப்பைப்பெற மிகவும் பரந்த கொள்கையைப் பின்பற்றுகிறார்கள். இக் கொள்கையின் வெற்றி விலை அதிகரிப்பு[1] மூலம் நுகர்வோரின்மேல் கூலி உயர்வைச் சுமத்தும் முதலாளிகளின் திறமையைச் சார்ந்துள்ளது. அப்படியாகச் சமத்துவத்தை $p_x = p_o MP_x$ ஆக நிலைப்படுகிறார்கள். ஒரு பணவீக்க காலத்தில் கூலி உயர்வால் பெறப் பட்ட பலன்கள் விலை உயர்வால் காலிபண்ணப்படும்.

ஈட்டப்பட்ட வருமானங்கள் மொத்தத்தில் பெரும் விகிதாச்சாரமாக இருப்பதால் எந்த ஒரு கூட்டப் பணியாளர்களால் பெறப்படும் பலன் மற்ற ஒரு கூட்டத்தின் செலவால் இருக்குமென்பதாகும். மற்றொன்று நெகிழ்ச்சியுடைய பகுதி நேர வேலையின் செயலால் ஆகும். மூன்றில் ஓர் ஆண் பணியாளராகவும், மூன்றில் இரண்டு பெண் பணியாளர்களாகவும் பகுதி நேர வேலையாட்களாகும். ஆகையால், முக்கியக் கருத்துகள் எழுப்பப்பட்டுவிட்டன.

வட்டியும் லாபங்களும்

ஆக்கக் காரணியின் இரண்டாவது பெரிய இனம் முதல் ஆகும். பொருளாதாரப் பயனுக்கான முதலை அளிக்கும் மக்கள் பிரிவு, வட்டிகள், சில சமயங்களில் வாடகை முதலியவற்றால் ஆகும் அதன் பயனுக்காகச் செலுத்துகிறார்கள். இவ் வருமானங்களின் உருவங்களைத் தீர்மானிப்பது பொருளாதார நோக்கங்களை மிகவும் குழப்பும் ஒன்றாக இருக்கிறது. அதைப்பற்றி ஆழமாக நாம் பார்க்க வேண்டியதில்லை.

முதலை இரண்டு வழிகளில் மதிப்பிடலாம். முதலாவது, உண்மை முதல் என்பது, மனிதர்களிலிருந்து விடுவிக்கப்பட்ட உற்பத்தியின் எல்லா உற்பத்தி செய்யப்படும் காரணிகளை அடக்கியுள்ளது.

[1] பொருள்களுக்கான தேவை வளைகோடுகளின் சாய்வாக இருப்பதால், ஒரு கூலியில் உயர்வு சாதாரணமாக விலையில் ஒரு சிறிய உயர்வைத் தூண்டும். பரந்த கூலி உயர்வின் கதை வேறு மாதிரியாகவே இருக்கும்.

ஆகையால், அது பலதரப்பட்ட பொருள்களின் சேர்ப்பு ஆகும். அது தனிப்பட்ட முதல் அல்லது மூலதனப் பொருள்கள் எனப்படும். ஒவ்வோர் இயந்திரமும், இயந்திரக் கலப்பை, அலுவலகக் கட்டடங்கள், இருப்புப் பொருள்கள் அல்லது மற்றெந்த உற்பத்தி செய்யப்படும் பொருள்களும், அஃதாவது பொருளாதாரப் பணிகளில் உதவும் பொருள்கள் எல்லாம் ஒரு மூலதனப் பொருள் ஆகும். ஏற்கெனவே விளக்கப்பட்ட தத்துவங்களால் தீர்மானிக்கப்படும் விலையின் ஒவ்வொன்றும் ஒரு சாதாரணப் பொருளாகும்.

மூலதனத்தின் இரண்டாவது வகை நிதி மூலதனமாகும். உரிமைகள், உண்மை முதல்களுக்குள்ள கோரிக்கை, உண்மை மூலதனத்தால் ஈட்டப்பட்ட வருமானக் கோரிக்கை ஆகியவை எல்லாம் இதில் அடங்கும். எடுத்துக்காட்டாகக் கூட்டுரிமைப் பங்குகள், பத்திரங்கள் அடைமானங்கள், சட்டமுறை ஒப்பந்தங்கள், பாங்குக் கணக்குகள் முதலியன ஆகும். நிதி மூலதனம் உண்மை மூலதனத்திலிருந்து வேறுபட்டுப் பணமதிப்புத் தொகையாகக் கருதப்படுகிறது. நாம் கவனிக்கவேண்டிய பிரிவுகள், வட்டிகள், லாபங்கள் எல்லாம் நிதி மூலதனத்தைப் பயன்படுத்தியதற்கான செலுத்தல்கள் ஆகும். வணிக நிறுவனங்கள் நிதி மூலதனத்திற்குச் செலுத்த விரும்புவது உண்மை மூலதனப் பொருள்களை[1] வாங்க விரும்புவதேயாம், ஆக, உண்மை மூலதனத்தின் தேவையிலிருந்து நிதி மூலதனத்தேவை எழுகிறது. இரண்டிற்குமுள்ள தொடர்பு தர்க்கச் சார்புடையது. ஆனல் சிறிது சிக்கலானது.

ஒரு மூலதனப் பொருளின் அளிப்பு வளைகோடு என்பது, அதை உற்பத்தி செய்யும் தொழிலின் இறுதிநிலைச் செலவு வளைகோடாகும். தேவை வளைகோடு அதன் இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறனைச் சார்ந்துள்ளது. அஃதாவது, ஒரு கூடுதலான அலகைப் பெறுவதால் ஒரு நிறுவனத்தின் ஆண்டு லாபங்கள் அதிகரிப்பதையே என்பது, இங்குத்தான் சிக்கல் எழுகிறது. ஒரு மூலதனப் பொருளின் விலையை நேரிடையாக அதன் இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறமையோடு ஒப்பிடமுடியாது. ஏனென்ருல், ஒரு மூலதனப் பொருள் நீண்ட காலத்திற்கு நீடிக்கக் கூடியதாய் இருக்கும். எடுத்துக்காட்டாக, 5,000 டாலர் விலையாகும். ஓர் இயந்திரக் கலப்பை ஒரு நிறுவனத்திற்கு ஆண்டிற்கு 1,400 டாலரைச் சேமிக்கும். அந்த இயந்திரக் கலப்பை அந்த விலையில் (அஃதாவது, இயந்திரக் கலப்பை தேவைப்படுமா) வாங்கத் தகுதியுடையதா? கொடுக்கப்பட்ட இரு விவரங்களிலிருந்து பதில் தெளிவானதாகக் கூறமுடியாது. அஃது இயந்திரத்தின் உழைக்கும் காலத்

[1] மற்ற பயன்கள், கூலியையும் வாடகைகளையும் கொடுப்பதற்கு ஆகும், ஆனல் இச் சிககலை மறந்துவிடு.

தையும் (ஏழு ஆண்டுகள் என்று ஊகிக்கலாம்) 5,000 டாலரை மற்ற வழிகளில் முதலீடு செய்தால் எவ்வளவு வருமானத்தைப் பெறும் என்பதையும் சார்ந்துள்ளது.

ஒரு சிறிய கூட்டு வட்டிக் கணிப்பு, ஏழு சமமான தவணைகளில் 1,400 டாலராகக் கட்டக்கூடிய ஒரு 5,000 டாலர் கடனில், ஆண்டிற்கு 20 சதவீதம் வட்டியை ஈட்டுகிறது. அந்த நிறுவனம் 20 சதவீதத்திற்கும் குறைவாகக் கடன் பெற முடியுமானால் அப்படிச் செய்வது நியாயம். மேலும் இயந்திரத்தை வாங்கலாம். இது பொதுவான முறையில் உண்மையாக இருக்கலாம். வட்டி வீதம் எதுவாக இருந்தாலும் நிறுவனங்கள் நடப்பு வட்டி வீதத்தைக் காட்டிலும் அதிகமாக ஈட்டக் கூடிய மூலதனப் பொருள்களைப்பெறக் கடன் வாங்க அல்லது அவர்களின் சொந்த நிதியைப் பயன்படுத்த விரும்புவார்கள்.

இதிலிருந்து, பல பொருள்கள் தொடர்கின்றன. ஒவ்வொரு மூலதனப் பொருளின் ஈட்டல் வாய்ப்புகள், அதன் விலையின் விளைவு விகிதத்தை வெளிப்படுத்துவதாகும். அஃது இயந்திரக் கலப்பைக்குச் செய்ததைப்போல் ஆகும். கூடுதலான அலகின் வருவாய் விகிதம் (இறுதிநிலை விகித விளைவு) ஒவ்வொருவகை மூலதனப் பொருள்களுக்கு ஏறக்குறைய அதேபோல் இருக்கும் மூலதனப் பொருள்களை நிறுவனங்கள் பெறும். மற்ற எல்லாம், நிறுவனங்கள் கடன் பெறும் வட்டி வீதத்திற்குச் சமமாக இருக்கும். சந்தை வட்டி வீதம் ஆகையால், நிறுவனங்கள் முதலீடு செய்ய விரும்பும் மொத்தப் பண அளவைத் தீர்மானிக்கிறது. அஃதாவது வட்டிவீதம் குறைவாக இருந்தால் லாபகரமாகத் தோன்றும் முதலீட்டின் அளவு அதிகமாக இருக்கும். அப்படியாக நிறுவனங்கள் பெறும் வட்டி வீதத்தில் ஒரு குறைவு மூன்று விளைவுகளை ஏற்படுத்தும். அது மூலதனப் பொருள்களுக்கான தேவையை அதிகரிக்கிறது (அவற்றின் தேவை வளைக்கோட்டை மேல்நோக்கி நகர்த்துகிறது), மூலதனப் பொருள்களின் விலைகளை அவற்றின் அளிப்பு வளைகோடுகளுக்கேற்றாற்போல் அதிகரிக்கிறது மூலதனப் பொருள்களில் நிறுவனங்கள் முதலீடு செய்யும் தொகையை அஃது அதிகரிக்கிறது. வட்டிவீதத்திற்கும் நிறுவனங்கள் முதலீடு செய்ய விரும்பும் தொகைக்குமுள்ள தொடர்புதான் மூலதனத்திற்கான தேவை வளைகோடு (இந்தச் சந்தர்ப்பத்தில், 'மூலதனம்' நிதி மூலதனத்தைக் குறிக்கிறது). இத் தேவை வளைகோடு சாதாரணக் கீழ்நோக்கிச் சாயும் உருவத்தைப் பெற்றிருக்கிறது.

மூலதனத்திற்கான அளிப்பு வளைகோடு, பல சந்தை வட்டி வீதத்தில் நிறுவனங்களுக்குக் கிடைக்கக்கூடிய நிதி மூலதனத்தின் அளவைக் காட்டுகிறது. வட்டி வருமானங்கள் முதலீட்டுப் பயன்களைக்

கவர்ச்சிக்கிறது. வட்டி வீதம் குறைவாக இருக்கும்பொழுது மக்களின் செல்வங்களைப் பாதுகாப்பான, தயாரான பணத்தில் வைக்க விரும்பி நுகர்ச்சிக்காக அவர்களின் வருமானங்களைப் பயன்படுத்துகிறார்கள். இக் காரணங்களுக்காக, (நிதி மூலதனம்) உயர்ந்த வட்டி வீதத்தைக் காட்டிலும் குறைவான வட்டிவீதத்தில் முதலீடு செய்வதற்குக் குறைந்த பணம் கிடைக்கும். மூலதனத்திற்கான அளிப்பு வளைகோடு ஒரு சாதாரணப் பொருளுக்கான அளிப்பு வளைகோட்டைப்போல் மேல் நோக்கிச் சாய்கிறது.

இவ்விரண்டு வளைகோடுகளின் சந்திப்புச் சந்தை வட்டி வீதத்தையும், மொத்த முதலீட்டுத் தொகையையும், அல்லது மூலதனப் பொருள் வாங்கல்களையும் ஒவ்வொருவகை மூலதனப் பொருளின்[1] இறுதிநிலை அலகால் ஈட்டப்பட்ட வருமானத்தையும் தீர்மானிக்கிறது.

ஆனால், மோசமாக மிகவும் சுலபப்படுத்தி விட்டோம். நிறுவனங்கள் எந்தவகை மூலதனப் பொருள்களிலும் முதலீடு செய்யும். அப்படிப்பட்ட முதலீட்டில் வருமானம், அதன் கடன் பெறும் வட்டி வீதத்திற்குச் சமமாக இருப்பதில்லை என்பதுதான் நமது அறிவிப்பாகும். முதலீடு எந்த ஆபத்தையும் துன்பத்தையும் பெறவிட்டால் அவர்கள் அப்படிச் செய்வார்கள். ஆனால், அஃது அப்படி இருப்பதில்லை. நமது இயந்திரக் கலப்பை எடுத்துக்காட்டு நியாயமானது. நிறுவனங்கள் அவர்கள் முதலீடு செய்யும் மூலதனப் பொருள்களிலிருந்து 20 சதவீதம் அல்லது அதிகமான வருமானத்தை எதிர்பார்க்கின்றன. அதே நேரத்தில் வணிகர்கள், அவர்கள் கடன் பெறும் நிதி முதலுக்கு அதைப்போன்ற பாதி வட்டியைச் செலுத்த வேண்டியிருந்தால் அவமதிக்கப்படுகிறார்கள். நமது எடுத்துக்காட்டிலுள்ள நிறுவனம் அதன் கடனுக்கு 20 சத வட்டிகொடுக்க வேண்டியிருந்தால், இயந்திரக் கலப்பையை வாங்காது. ஆனால் மிகவும் குறைவான கடன் பெற்றால் மட்டும் அதைச் செய்யும். முதலீட்டின் வருமான வீதத்திற்கும் முதலீட்டு வீதத்திற்குமுள்ள வித்தியாசம் முதலீட்டின் மேல் நிறுவனத்தின் இறுதிநிலை லாபமாகும்.

இச் சூழ்நிலை ஒரு பிரச்சினையைக் கிளப்புகிறது. நமது ஆய்வின் ஒரு குறிப்பிடத்தக்க அடிப்படை என்னவென்றால், லாபத்தை உச்சப்படுத்தும் முயற்சியில வணிகர்கள் லாபகரமான வாய்ப்பைப் பிடித்துக் கொள்ளத் தயங்கமாட்டார்கள். குறிப்பாக, அவர்கள் செலவுக்குமேல் வருமானத்தைக் கொடுக்கும் முதலீட்டை எடுப்பார்கள் என்பதைத்

[1] வட்டி வீதத்தின் தீர்மானத்திற்கும் விளைவுகளுக்குமான ஒரு முழு விவாதத்திற்குச் சார்லஸ் எல். ஸ்கல்ட்சுவின், 'தேசிய வருவாய் ஆய்வு' என்றநூல் 3வது பதிப்பைப் பார்.

தெரிவிக்கிறது. அஃது அப்படியில்லை. வணிகர்கள் முதலீடுசெய்வதற்கு முன்னர் ஒரு மெச்சத்தக்க லாபத்தின் ஊக்குவிப்பை வேண்டு கிறார்கள். எப்படி இச் சச்சரவு தீர்க்கப்படும். நமது முழு ஆய்வின் அமைப்பிற்கு எவ்வளவு நட்டம் ஏற்படுத்தும்?

இது வரைக்கும் நிலையின்மை, என்ற பொருளாதாரத்தின் முக்கிய மான உறுப்பைப் புறக்கணித்து விட்டோம். ஒரு வணிகன் ஒரு முதலீட்டைச் செய்யும்பொழுது, வருமானம் எவ்வளவு வரும் என்பதை அவன் அறிந்திருக்கமாட்டான். வாணிபம் விழுந்து விடலாம், புதிய வண்டி பழுதுபடலாம். இந்த நிலைமைகளில் முதலீடு செய்ய மக்களைத் தூண்டும்பொருட்டு இடரற்ற முதல் என்றும், துணிபு முதல் என்றும் இரு நிதி முதல் அமைப்புகள் வெளிப்படுகின்றன. இடரற்ற முதல் எடுத்துக்காட்டாக, ஒரு மிகவும் பாதுகாப்பான பத்திரம் கடன் பெறு வோரின் கடனாலும் முழுநம்பிக்கையாலும் அதன் திருப்பத்தை உறுதி அளிக்கிறது. துணிபு முதல் என்பது, கூட்டுரிமையுடைய இருப்புகள். அவை எந்த உறுதியையும் பெற முடியாது. ஆனால், துரதிர்ஷ்டத் தையும் தவறான தீர்ப்பையும் பெறுவதை ஈடுபடுத்த அதிர்ஷ்டத்தின் மூலமும் நல்ல தீர்மானத்தின் மூலமும் கிடைக்கும் பலனைப் பெறலாம். துணிபு முதலைக் கொடுக்கும் ஒருவர், இடரற்ற முதலில் கிடைக்கும் தொகையைவிட அதிகமான வருமானத்தைப் பெறுவார் என்ற தீர்மானத்தால் நேரிடுகிறது. மேலும் ஒரு வாணிபம் இடரற்ற முதலால் மட்டும் முழுமையாக நிதியைப் பெறமுடியாது, உறுதியை உறுதிப் படுத்த நேர்மை அல்லது துணிபு முதலின் ஒரு குறிப்பிட்ட விகிதாச் சாரம் இருக்கவேண்டும்.

ஒரு நிறுவனத்தால் செய்யப்படும் எந்த ஒரு முதலீடும் இரு விதமான முதல் செலவுகளை ஈடுபடுத்தவேண்டுமென்பது அதன் பொருளாகும். சாதாரண வட்டிக்கானதையும் அதன் செலவின் கடன் தீர்மூலமாகக் கடன் குறைத்தலையும் அது செலுத்தவேண்டும். இதைப் பற்றி ஏற்கெனவே பார்த்தோம். தேவையான துணிபு முதலை அல்லது நேர்மை முதலையும் கவரக்கூடிய ஆபத்துக் கட்டணத்திற்கானதையும் அது செலுத்தவேண்டும். சாதாரண வட்டிச் செலவுகளைக் கட்டிய பின்னர், சிறந்து மிச்சம் இருக்கும் என்று எதிர்பார்க்காவிட்டால் வணிகர்கள் முதலீடு செய்யமாட்டார்கள் என்பதை அது விளக்கு கிறது.

முன்னர் நாம் அபாயத்தன்மையைப் புறக்கணித்தபொழுது, அவர் களுக்கு மூலதனச் செலவுகள் கடன் பெற்ற நிதிக்கான வட்டி மட்டும் இருக்கும் என்றும் அவர்களின் சொந்த நிதியை முதலீடு செய்தி ருந்தால், அதற்கான வட்டியை இழந்துள்ளார் என்றும் எண்ணி,

வணிகர்கள் முதலீடு செய்வது நியாயமானது என்று தோன்றியது. ஒவ்வொரு முதலீடும் இடையூறில்லா மூலதனத் தொகையை அதிகரித்தால், ஆபத்து ஒரு புதிய தனிப்பொருளை அறிமுகப்படுத்துகிறது. இப்புதிய தனிப்பொருள் துணிபு முதலின் வாய்ப்புப் பெறுமானத்தால் அளவிடப்படுகிறது. ஆபத்தற்ற முதலின் வாய்ப்புப் பெறுமானம் சந்தை வட்டிவீதமாக இருப்பதைப்போல், மற்றொரு தொழிலுக்குக் கடன் அளிக்கப்பட்டால் அந்த நிதிகள் என்ன ஈட்டும்? துணிபு முதலின் வாய்ப்புப் பெறுமானம் என்பது மற்ற நிறுவனங்களில் துணிபு முதலாக முதலீடு செய்யப்பட்டால் கிடைக்கும் நிதியாகும். பலர் ஆபத்தை ஏற்க விரும்பாததால் ஆபத்தற்ற முதல், செலவைக்காட்டிலும் துணிபு முதலின் செலவு அதிகமாய் இருக்கும்.

நாம் ஒரு புதிய ஆக்கக்காரணியைப் பெற்றுள்ளோம். அஃதாவது ஆபத்திற்கு முதலை வெளிப்படுத்த விரும்புவதாகும். மற்ற காரணிகளைப்போல் அஃது அபூர்வமானது, அது பங்கிடப்படவேண்டும். ஆகையால், அதற்குத் தகுந்த இப்புதிய காரணியையும் லாபங்களையும் நமது வரைசட்டத்திற்குள் பொருத்தவேண்டும். ஆபத்தற்ற துணிபு முதல் இரண்டும் பொருளாதாரத்தில் ஆக்க முயற்சியின் ஒரு திறமையான அமைப்பை அடையும்பொருட்டு மற்ற ஆக்கக் காரணிகளுடன்கூடிய விலைமுறையால் பங்கிடப்படுகின்றன. பொருளாதாரத்தின் இயக்க நிலையும் புதுமை நோக்கங்களும் துணிபு முதலின் இருப்பு, பங்கீடு ஆகியவற்றைப் பலமாகச் சார்ந்துள்ளன.

ஒவ்வோர் ஆக்கக் காரணிக்கான தேவையைப்போல் இறுதிநிலை ஆக்கத் தத்துவங்களையும் துணிபு முதலுக்கான தேவை அடிபணிகிறது. ஒரு சிறப்பு வாய்ந்த குணமாக இருக்கிறது. இயல்பாகத் துணிபு முதலுக்கான ஒப்பந்த இயல்புடைய விலை கிடையாது. சில ஆதாரங்களின்மூலம் ஒரு வாய்ப்புள்ள முதலீடு செய்பவர், எவ்வளவு அவருக்குக் கிடைக்கும் என்பதைத் தீர்மானிக்கலாம். ஒரு நேரத்தில் துணிபு முதல் விலையின் தெளிவான குறியீடு பொது இருப்புகளின்[1] வருமான விலை விகிதமாகும். நாம் கூறியதைப்போல் துணிபு முதலுக்கான ஒரு நிறுவனத்தின் தேவை இறுதிநிலை ஆக்கக் கருதல்களினுல் கவரப்பட்டுள்ளது. ஒரு நிறுவனம் செலவுகளை ஈடுபடுத்தக்கூடிய லாபங்களை அதிகரிக்க வாய்ப்பளிக்கும்படியாக இருந்தால், அஃதாவது புதிய இருப்பு வைப்பவர்களின் பங்குகளையும். பழைய இருப்பு வைப்பவர்களுக்காகக் கொஞ்சம் கிடைக்கும்படியாகவும்

[1] பல நுணுக்கக் காரணங்களால் பொது இருப்பு விலைக்குப் பங்குகளின் விகிதம் தற்காலத்தில் சந்தை வட்டி வீதத்தைக் காட்டிலும் மிகவும் குறைவாக இருக்கிறது. பங்கு மதிப்பின் இணைக்கப்பட்ட லாபங்களின் விகிதம் (வருமான விலை விகிதம்) உயர்ந்த வட்டி வீதங்களின் காலங்களைத் தவிர, மற்ற நேரங்களில் உயர்வாக இருக்கும்.

இருந்தால், துணிபு முதலை விரும்பும். வருமான விலை விகிதம் விழுந்து, அதன் பயனாகத் துணிபு முதலின் விலை குறைந்து, அவர்களின் லாபகர வாய்ப்புகளும் குறையாவிட்டால் நிறுவனங்கள் அதிகமாக விரும்பும்.

துணிபு முதலுக்கான ஓர் அளிப்பு வளைகோடும் இருக்கிறது. அளிப்பு, தேவை வளைகோடுகளின் சந்திப்பு அதற்கான வருமானத்தைத் தீர்மானிக்கிறது. ஆனால், இத் தீர்மானம் நயமற்றதாகவும் மாறிக்கொண்டிருக்கிறது (இருப்பு, சந்தை ஏற்றத்தாழ்வுகளால் காட்டப்படுவதைப்போல்). ஏனென்றால், தெளிவற்ற ஊகங்கள் அளிப்பு, தேவை ஆகிய இரண்டிலும் முக்கியமான பங்கைப் பெறுகின்றன.

துணிபு முதலின் ஈடுபாட்டிற்கான செலுத்தல் இயல்பான லாபங்களின் இருப்பிற்கானதைக் குறிக்கிறது. அஃதாவது நீண்டகாலச் சமநிலையில் ஒரு தொழிலில் ஈடுபட்ட முதலின் சாதாரண வட்டியை விட மிகையான 'லாபங்களாகும்'. அதோடு, முன்னர், மற்ற இரு லாபங்களின் மூலங்களைச் சந்தித்தோம். அங்குக் கணத்தில் மறைகிற லாபங்கள் இருக்கின்றன (Transitory profits). ஒரு வளரும் தொழில் அஃது ஈட்டப்படுகிறது. ஆனால், நீண்டகாலச் சமநிலையில் அன்று. அந்த லாபம் தொழிலுக்குப் புதிய மூலதனத்தைக் கவர்கிறது, அதனால் அவை போட்டியிடப்பட்டு அழிக்கப்படுகின்றன. அஃதோடு கூட முற்றுரிமையாலும் சில்லோர் முற்றுரிமையாலும் பெறப்படும் முற்றுரிமை லாபங்களும் இருக்கின்றன.

வாடகை

நமது கடைசி வேறுபடுத்தக்கூடிய வருமானப்பங்கு வாடகையாகும். அதிகாரம் 3-ல்[1] நீண்டகால அளிப்பு வளைகோடுகளின் ஆய்வில் வாடகையின் மூலத்தைப்பற்றி விளக்கப்பட்டது. இங்கு ஒரு மேலோட்டம் போதுமானது.

வாடகை என்பது, ஓர் உற்பத்தி செய்யமுடியாத வளத்தின் பயனுக்காகச் செலுத்தப்படும் ஒன்றாகும். நில வாடகைகள் அதைப் போன்றவை ஆகும். அது முக்கியமான வகையாகும். மற்ற எடுத்துக்காட்டுகள் குறிப்பாகத் தேர்ச்சியற்ற தனிப்பட்டவர்களால் ஈட்டப்படும் உயர்ந்த வருமானங்கள், தொலைகாட்சியின் மதிப்புகள், நியூயார்க் நகரத்தின் வாடகை மோட்டார் வண்டி அனுமதிச்சீட்டு முதலிய செயற்கை அபூர்வ வளங்களின் மதிப்புப் போன்றனவாகும். ஒரு வாடகைக்கான வளத்தின் அளிப்பு விளக்கமூலம் மாற்றப்பட

[1] அதிகாரம் 3ஐப் பார்

மாட்டாது. அளிப்பு வளைகோடு ஒரு செங்குத்துக் கோடாக இருக்கும். விலை அல்லது வாடகை என்பது, உபயோகிப்பவருக்கு அதன் மதிப்பாகும். அவரது கையில் அது மிகவும் உற்பத்தித் தன்மையுள்ளதாக இருக்கும். மேலும் அவர் மிகையான இறுதிநிலை உற்பத்தித்திறனைப் பெற்றிருப்பார்.

ஈட்டாத வருவாய்களில் வாடகை மிகவும் தெளிவான ஒன்றாகும். சிறப்பான ஒன்றைப் பெற்றிருப்பதால் ஒருவர் அதைப் பெறுகிறார். அதற்குப் பலனை அனுபவிப்பதைத்தவிர, அவர் வேறொன்றும் செய்ய வேண்டியதில்லை. இருந்தாலும், ஒரு பொருளாதாரப் பணியை அது பெற்றிருக்கிறது. சந்தைச்[1] சோதனைக்கேற்ப மிகவும் நன்மையுள்ளதாக இருக்கும். அதன் பொருள்களின் பயனுக்கான சிறப்பான வளங்களை அது பங்கிடுகிறது. ஒரு குறிப்பிடத்தக்க பொருளாதாரப் பணியைப் பெற்றிராதது வளத்திற்கான வாடகையைக் குறிப்பிடுவதாகும். வளச் சொந்தக்காரருக்கான வருவாயுடன்கூடிய ஓர் உண்மையான சமூக வாய்ப்புப் பெறுமானமாகும் அது. வாடகை வருமானம் வரி விதிப்பின் மூலம் எடுக்கப்பட்டுப் பொருளாதார நடவடிக்கையின்மேல் பாதக விளைவை ஏற்படுத்தாதவாறு செய்யலாம். அதற்குப் பதிலாகச் சில வேளைகளில் பல தனிப்பட்டவர்களுக்கு நன்கொடையாக அளிக்க கட்டுமீறிச் செய்கிறோம். எடுத்துக்காட்டுகள், தொலைகாட்சி அனுமதி வழங்கல், வாடகைக் கார்களுக்குச் சாதாரண விலையை விதிப்பது, நாட்டின் வறண்ட பிரதேசங்களில் நீர்பாசனத்திற்குக் குறைந்த விலை விதிப்பது முதலியனவாகும். இவ் வளங்கள் உண்மையில் தீங்கானவையாகும். அவை செயற்கையான உரிமைக் குடும்பங்களை ஏற்படுத்தி வாடகைக்கான வளங்களைப் பெறுவதற்கான போராட்டங்களை உண்டாக்கும்.

தொலைகாட்சி

இது கூலிகள், வட்டி வீதங்கள், லாப வீதங்கள், வாடகைகள் முதலியவற்றின் தீர்மானத்தின் நமது ஆய்வை முழுமையாக்குகிறது. அஃதாவது அடிப்படை ஆக்கக் காரணிகளின் விலைகளாகும், இவ் விலைகள் பொருளாதாரத்திற்கு ஓர் இரட்டிப்புக் குறிப்பைப் பெற்றிருக்கின்றன. ஒரு வழியில் பொருளாதார வளங்களின் பங்கீட்டிற்கான அடிப்படை வழி காட்டிகளாக அவை இருக்கின்றன. பொருளாதாரத்திற்கு ஒவ்வொரு காரணியின் அலகின் மதிப்பு என்ன என்பதை

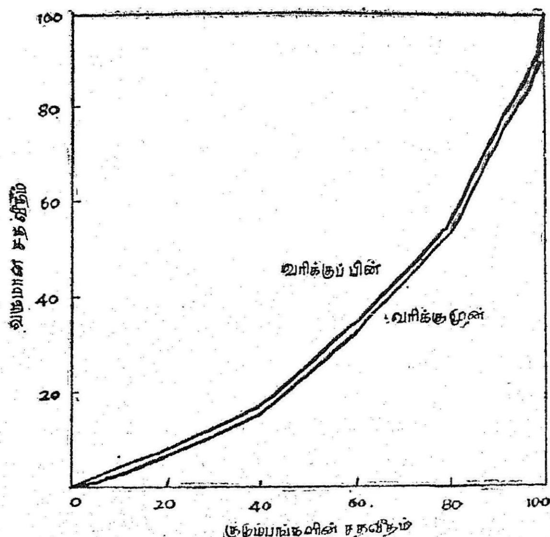
[1] இப் பணியைச் சிறப்பாக எப்போதும் வாடகைகள் செய்வதில்லை. நகர நில வாடகை மிகவும் அதிகமாய் இருக்கிறது, ஆனால், அவை சிறப்பான முறையில் பயன்படுத்தப்படுகிறதாக எவரும் கூறமுடியாது. நகர நிலப்பயன் குறிப்பிடத்தக்க வெளிப்புறங்களைப் பெற்றிருக்கிறது (நியாயமான. எதிர்மாறான). தானே இயங்கும் சந்தைச் சரிப்படுத்தல்கள் திருப்தியடையாத வெளிப்புறங்களைத் திரும்பத்திருப்ப நாப் பார்த்தோம்.

வணிகர்களுக்குச் சொல்லுகின்றன. ஏனென்றால், காரணிகளின் இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறன்களுக்கு, அஃதாவது மற்ற வாய்ப்புகளுக்கு அல்லது மற்ற நோக்கங்களுக்குப் பயன்படுத்தப்பட்டால், அவை ஒத்திருக்கின்றன. மற்றொரு வகையில், அவை தனிப்பட்ட வருமானங்களின் பங்கீட்டின் அடிப்படையாக இருக்கின்றன. ஏனென்றால், பொருளாதாரத்திற்கு அவன் அளிக்கும் வளங்களுக்கு ஒவ்வொரு மனிதனும் அல்லது வீடும் எவ்வளவு பெறும் என்பதைத் தீர்மானிக்கிறது.

காரணி விலைகளின் இந்த இரண்டு நோக்கங்களும் நெருக்கமாகத் தொடர்புபடுத்தப்பட்டுள்ளன. ஆனால், அவை ஒன்றையொன்று ஒத்தவை அல்ல, மேலும் இணைப்புத் திட்டமானதல்ல. ஒரு சொந்தக்காரரின் ஆக்கக் காரணிக்குப் பெறும் வெகுமதிக்கான காரணம், அந்தக் காரணியை உபயோகிக்கும் வணிகருக்குச் செலுத்தப்படும் விலையாகவே இருக்கவேண்டிய காரணம் தத்துவப்படி இல்லை என்னலாம். உண்மையில் அவை இரண்டும் வேறுபடுகின்றன. எடுத்துக்காட்டாக, ஒரு வணிக நிறுவனம் நிலத்தை வாடகைக்கு விடும் பொழுது, அதன் வாடகைச் செலுத்தலின் சில நிலச் சொந்தக்காரருக்கு வாடகை வருமானமாகும். பகுதிக் காப்பீட்டிற்கும் நிலத்தைச் சொந்தமாக வைத்திருக்கும் மற்ற செலவுகளுக்கும் ஆகும், மற்றுமுள்ள பகுதி, வீட்டு—மனைவரியாகவும், வாடகைச் செலுத்தலுக்கும் வாடகை வருமானத்திற்கும் உள்ள காப்பாகவும் இருக்கிறது. மிகவும் தெளிவான எடுத்துக்காட்டு வருமான வரியாகும். ஓர் உயர்ந்த வரி நிலையில் ஓர் ஊதியம் வாங்கும் பணியாளரால் பெறப்படும் வருமானம், அவரது முதலாளி அவரது பணிகளுக்குச் செலுத்தும் ஊதியத்தில் மூன்றில் இரண்டு பங்குக்கும் பக்கத்தில் இருக்கிறது. மற்ற திசைகளின் தவறுகள் குறைவான வழக்கமுடையனவாகவும், ஆனால் நிகழக்கூடியனவாகவும் இருக்கின்றன. பல பண்ணைத் திட்டங்களின்மூலம் அரசாங்கம் நிலச் சொந்தக்காரரின் சொத்தின் இறுதிநிலைப் பொருள்களை அதிகரிக்கக்கூடியதாக இருக்க பண்ணை நிலவருமானங்களைச் சொந்தக்காரர்களுக்கு உறுதியளிக்கிறது. குறைந்த வருமானமுள்ளவர்களின் வருமானத்தை அரசாங்கக் கூலிப்பதிலீடுகளால் அதிகரிக்கவும் நன்மையற்ற பணியாளர்களின் வேலைக்கான உதவித்தொகையிலும் அதிகரிக்கத் தி . டங்கள் இருக்கின்றன.

ஓர் உற்பத்திக் காரணியின் சந்தை மதிப்புக்கும் அதன் உடைமையாளரின் வருமானத்திற்குமுள்ள சறுக்கல் இருதயமற்ற கேட்காத சந்தைச் சக்திகளால் உண்டாக்கப்பட்ட வருமானப் பங்கீட்டைச் சரிப்படுத்துவதற்கான நோக்கத்தை அளிக்கிறது. இந்த நோக்கம் எவ்வளவு பெரியதென்று யாருக்கும் தெரியாது. ஆக்கக் காரணிகளின்

உடைமையாளர்களுக்குத் தவருன அறிகுறியைக் கொடுக்காமல் ஈட்டப் பட்ட வருமானத்திலிருந்து பெறப்பட்ட வருமானத்தை எவ்வாறு தவிர்க்கமுடியும். செக்கஸ்லோவியாவின் நிலையில் பயிற்சி பெற்ற பொறுப்புள்ள பணி அமைப்புகளின் விலைக் குறைப்பு அவர்களின் அளிப்பைக் குறைத்துவிடும் என்பதைச் சந்தேகிக்க இடம் கொடுக் கிறது. இந்த நாட்டில் சந்தைச் சக்திகளால் உண்டாக்கப்பட்ட வருமானப் பங்கீட்டை மாற்றிட மிகவும் குறைவான செயல்கள்



வரைபடம் 9—4

1960, கூட்டரசு வருமான வரிக்கு முன்னும் பின்னும் குடும்பச் சொந்த வருமானப்பங்கீடு. லாரென்சு வளைகோடு வருமான வரிக்குப் பின்னர், மிகவும் சமத்துவம் வாய்ந்ததாக இருக்கிறது. என்பதைக் காட்டுகிறது. மூலம்: ரிச்சர்டு கூடேயின் தனி நபர் வருமான வரி (வாஷிங்டன் D.C புருக்கின்ஸ் நிறுவனம், 1964), பக்கம் 263,

எடுக்கப்பட்டுள்ளன. இந்த நிலையில் வரைபடம் 9—4 மனப்பூர்வ மான முயற்சியின் அளவைக் காட்டுகிறது. அது குடும்ப வருமானத்தின் லாரென்ஸ் வளைகோட்டின் 1960-ல் கூட்டரசு வரிகளுக்கு முன்னுள்ளதையும் பின்னுள்ளதையும் ஒப்பிடுகிறது. வேறுபாடுகள் தெரிகின்றன. ஆனுல் லேசானது. உயர்ந்த ஒரு சதவீதக் குடும்பங்கள், குடும்ப வருமான வரிக்கு முன்னுள்ளதில் 7·6 சதவீதத்தைப் பெற்றது; 6.3 சதவீதம் வருமான வரிக்குப் பயனுள்ள

தைப் பெற்றது. கடைசி 20 சதவீதம் வரிகளுக்கு முன்னல் உள்ளதில் 4.6 சதவீதத்தைப் பெற்றது. 4.4 சதவீதம் வரிகளுக்குப் பின்னலுள்ள தைப் பெற்றது. அரசாங்க வரிகளால் பங்கீட்டை மறு சீராய்வு செய்வதற்குச் செலுத்தல் மாற்றங்களுக்கும் எவ்வளவு வாய்ப்பு இருக்கிறதென்றும் பார்ப்பது மிகவும் கடினமானதாகவும், ஆராய்ச்சி செய்யாமல் பதில் கூறுவது கடினமாகவும் இருக்கிறது. ஆனல் வாய்ப்பு இருக்கிறது என்று கூறலாம்.

ஏற்றத்தாழ்வும் ஏழ்மையும்

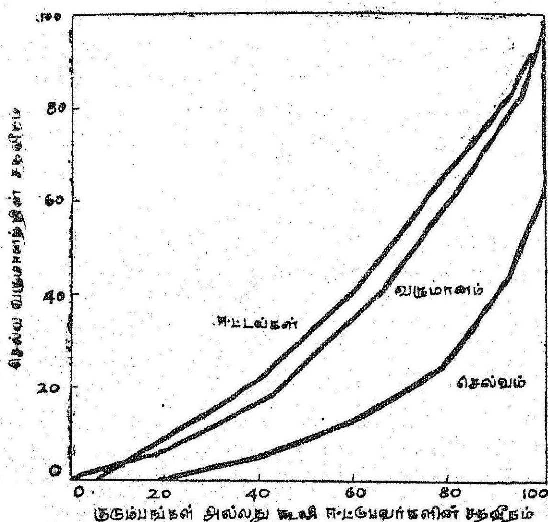
காரணங்கள்

பல குடும்பங்கள் பலவகைப்பட்ட வருமானங்களைப் பெற்றிருக்கின்றன. ஏனென்ருல், பல ஆக்க விலையிட்ட காரணிகளின் பல அளவுகளை அவை கட்டுப்படுத்துகின்றன என்று கூறுவது பொதுப்படையானது. வரைபடம் 9—5 அந்த மேற்போக்கான கவனிப்பிற்குப் பின்னர் இருக்க உதவுகிறது. அது மூன்று லாரென்சு வளைகோடுகளை வேறுபடுத்துகிறது. மையக்கோடு 1962-ன் குடும்ப வருமானங்களின் ஏற்றத்தாழ்வைக் காட்டுகிறது. இதுதான் நாம் விளக்க விரும்பிய வளைகோடு. மற்ற இரு வளைகோடுகளும் உள் சக்திகளில் சிலவற்றை வெளிப்படுத்துகின்றன.

கோடியிலுள்ள வளைகோடு பார்வையான செல்வப் பங்கீட்டைக் குடும்பங்களுக்கு 1926-ல் உள்ளதைக் காட்டுகிறது. எந்த ஒரு வருமானப் பங்கீட்டைக் காட்டிலும் அதிகமான ஏற்றத்தாழ்வை அது காட்டுகிறது. குடும்பங்களில் கடைசி 80 சதவீதம் கால் பங்கிற்கும் குறைவான சொத்தை வைத்துள்ளார்கள். மற்ற கோடியில் குடும்பங்களில் 1 சதவீதத்தில் அரைப் பாகத்திற்குக் குறைவானவர்கள் 500,000 டாலரை அல்லது சிறிது அதிகமாகப் பெற்றுள்ளார்கள். ஆனல் அக் குடும்பங்கள், குடும்பங்களால் பெறப்பட்டுள்ள மொத்தச் சொத்தில் ஒரு கால் பங்கையும் பெற்றுள்ளார்கள். இங்குச் சொத்து என்பது வருமான மூலமாகவும் சொத்து வருமானமாகவும் மட்டும் என்று கருதுகிறேம். ஆனல் அதன் சமூகச் சிக்கல்கள் அதற்குமேல் செல்லுகின்றன. செல்வம் தகுதியையும் செல்வாக்கையும் கொடுக்கிறது. அதற்கும் மேலாகப் பாதுகாப்பும் சுதந்திரமும் மேலும் செல்வத்தைப் பெறுவதற்கான அடிப்படையாகவும் இருக்கின்றன.

செல்வ வருமானங்களாகிய வட்டி, வாடகைகள், லாபங்கள் ஆகியவற்றின் பங்கீடு, செல்வப் பங்கீட்டைக் காட்டிலும் அதிகச் சமமற்றதாக இருக்கிறது. ஏனென்ருல், செல்வக் குடும்பங்கள் கூர்மதியுடையவர்களாகவும் அனுபவமுள்ளவர்களாகவும் அவர்களின் பணத்தைச் சேமிப்பு வங்கிகளில் வைத்துக்கொள்ளச் சிறப்பாக

அறிவிக்கப்படுபவர்களாகவும் உள்ளார்கள். அதைத்தான் குறைவான செல்வக் குடும்பங்கள் அவர்களின் மொத்த நீர்மை சொத்துகளாக வைத்துக்கொள்ளுகிறுர்கள். ஆகையால், செல்வப் பங்கீட்டின் ஏற்றத்தாழ்வு வருமான ஏற்றத்தாழ்விற்கு வழி வகுக்கிறது. ஆனுல், அதுதான் முக்கியக்காரணம் என்று கூற முடியாது. வருமானப் பங்கீட்டிற்கும் செல்வப்பங்கீட்டிற்குமுள்ள விரிவான இடைவெளியைக் கவனி. இஃது ஏனென்ருல், செல்வ வருமானம் மொத்தச் சொந்த



வரைபடம் 9—5

ஈட்டல்கள், பணவருமானம், செல்வம் ஆகியவற்றின் பங்கீட்டின் லாரென்சு வளைகோடு: ஈட்டல்களின் பங்கீடு சுமாராகச் சமமாக இருக்கிறது. செல்வப்பங்கீடு மிகவும் சமமற்றதாக இருக்கிறது.

மூலம்: 1968-ன் பணியாற்றும் ஆண் கூலி ஈட்டுபவர்களின் ஈட்டல்கள் கணக்கெடுப்புத் துறையிலிருந்து நடப்பு மக்கள் தொகை அறிக்கைகள். பக்கம் 60 எண்-66 அட்டவணை 43. குடும்பத்தனி வருமானங்கள 1962. C.E பட்டின் 'ஏற்றதாழ்வும் வறுமையும்' (நியூயார்க்: W.W. நார்டன் கம்பெனி 1967), பக்கம் 16. 1962-ன் ஆய்ம்பாகிகர மதிப்பு, பெடரல் ரிசர்வ் புல்லட்டின், மார்ச் 1964, பக்கம் 291-லிருந்து.

வருமானத்தில் கால் பாகத்திற்கும் குறைவாக இருக்கிறது. மற்ற செலுத்தல்கள் செல்வ வருமானத்தைப்போல் கால்பாகமாக இருப்பதால் குறைவான வருமானத்திற்குச் சார்பாகச் சாய்ந்து வருமான ஏற்றத்தாழ்வின் இம் மூலத்தைக் குறைக்க உதவுகிறது. ஆனுல், ஈட்டல்கள்தான்

சொந்த வருமானங்களின் பெரிய மூலமாக இருக்கின்றன. அவை மொத்தத்தில் சுமார் 70 சதவீதமாக இருக்கின்றன.

கூலி விகிதம் ஊதியங்கள் ஆகியவற்றின் ஏற்றத் தாழ்வின் மூலங்களுக்கு அதிகமான கவனம் செலுத்தியுள்ளோம். வரைபடம் 9—5-ல் மிகச் சமமான வளைகோடுடைய பெரிய விளக்கங்கள் அவையாகும். வேலையில்லா நிலைமையால்[1] பாதிக்கப்படாத ஊதியம் ஈட்டுபவர்கள், முழு நேர ஆண் கூலி ஈட்டுபவர்களின் 1968-ன் வருமானப் பங்கீட்டை அவ் வளைகோடு காட்டுகிறது. முன்னர் விவாதித்த சக்திகளுடன், அவை பணியாளர்களின் வேலைப் பகுப்பை வற்புறுத்தியது. நேரிடையான வேறுபாடு ஏற்றத்தாழ்வுக்குக் காரணமாக இருக்கிறது. எல்லாத் தொழில்களிலும் வெள்ளையரற்றவர்களும், சிறு கூட்டப் பணியாளர்களும் தகுதி வாய்ந்த வெள்ளையரோடு ஒப்பிடும்போது குறைவாக ஈட்டுகிருர்கள் என்பதைக் குறிக்கிறது.

இந்த வளைகோடு செல்லும் வரை ஏற்றத்தாழ்வு சுமாராக இருக்கிறது. முழுநேர ஆண் பணியாளர்களில் கீழ்ப்பாதி இக் கூட்டத்தின் ஈட்டலில் மூன்றில் ஒரு பங்கை ஈட்டிஞர்கள். ஏற்றத்தாழ்வைப்பற்றிய எந்த ஒரு தீர்மானமும் தர்க்கத்திற்குரியது. அப்படியிருந்தும், பயிற்சிக் கொத்துவேலை செய்பவர்கள், தலைசிறந்த அறுவைச் சிகிச்சையாளர்கள் இதில் சேர்க்கப்படும்பொழுது இப் பங்கீடு சகிக்கக்கூடியதாகத் தோன்றுகிறது.

குடும்பங்களால் பெறப்படும் ஈட்டல் வருமானங்களுக்குக் கூலி ஊதிய விகிதத்திலிருந்து நீண்ட ஆய்வாக இருக்கிறது அது. ஈட்டல்களின் ஏற்றத்தாழ்வுகளின் சில மிக முக்கியமான மூலங்களாகும். அஃதாவது, இவ் வளைகோட்டில் காட்டப்படாதவை குடும்பத்தில் ஊதியம் ஈட்டுபவர், கூலி பெருபவர்களின் எண்ணிக்கை, அவர்கள் முழுநேர, பகுதிநேரப் பணியாளர்களா, அவர்கள் வேலையில்லாமலிருந்தார்களா, அப்படியாஞல் எவ்வளவு பேர், அவர்கள் பெண்களா, ஆண்களா என்பனவாகும் (சிறு கூட்டத்தினரைப்போல் பெண்கள் வேறுபாட்டிஞல் துன்புறுகிருர்கள்). இவை எல்லாவற்றையும் இணைத்தால், எல்லாப் பணியாளர்களின் ஈட்டப்பட்ட வருமானங்களின் பங்கீட்டிற்கான ஒரு வளைகோட்டை ஏற்படுத்தலாம். இக் கூடுதலான லாரென்சு வளைகோட்டைக் கொடுத்துள்ளேன். ஆனுல், அது காட்டப்பட்ட குடும்ப வருமான வளைகோட்டைவிடக் குறைவான சமத்துவ முடையதாக இருக்கிறது. மிகையான ஏற்றத்தாழ்வு மாற்றுச் செலுத்தல்களால் துடைத்தழிக்கப்படுகிறது. (வேலையில்லா ஈட்டுச்

[1] துரதிர்ஷ்டவசமாக, இம் முறைப் பங்கீடுகளில் எந்த ஓர் ஆண்டிற்கும் கிடைக்கவில்லை. அது முக்கியமானதன்று. வளைகோடுகள் விரைவில் மாரு.

சம்பளம், சமூகப் பாதுகாப்பு நன்மைகள்). துணைக்கூலி ஈட்டுபவர்களைப் பெற நினைக்கும் குறைந்த வருமானக் குடும்பங்களாலும் பகுதி துடைக்கப்படுகிறது.

இத் தேர்வின் நிகர முடிவு பின்வருமாறு என்று தோன்றுகிறது. செல்வம் மிகவும் சமமற்ற முறையில் பிரிக்கப்பட்டுள்ளது. அதன் காரணத்தாலேயே அது சமூக நோக்கில் விரும்பத்தக்கதன்று. ஆனால், வருமான ஏற்றத் தாழ்விற்கு இரண்டாவது வெகுமதியை மட்டும் ஏற்படுத்துகிறது. அதை ஈட்டப்படாத வருமானங்களின் சமமற்ற பங்கீட்டால் முழுக்க விவரிக்கப்படுகின்றது. முழுநேர, முழுக்க வேலை பெற்ற ஆண்களின் ஈட்டப்பட்ட வருமானங்கள் சகிக்கக்கூடிய முறையில் சமமாகப் பங்கிடப்பட்டுள்ளன. வெள்ளையர் அல்லாதவர்கள் மற்ற சிறு கூட்டப் பணியாளர்களுக்கு எதிரான வேறுபாட்டிற்கு இல்லாவிட்டால், அஃது அதிகமாய்த் தெரியும். குடும்ப வருமானங்களின் ஏற்றத்தாழ்வின் பெரிய மூலம் பணிசெய்வதற்கு உள்ள வாய்ப்பின் ஏற்றத்தாழ்வு அல்லது சரியாகப் பணியாற்றுவதற்கு வாய்ப்பு ஆகும். வயதான குடும்பங்களும் பெண்களால் தாங்கப்படும் குடும்பங்களும் கடுமையாகத் துன்பப்படுகின்றன. ஆனால், உயர்ந்த விகித வேலையின்மைக்குச் சம்பாதிக்கும் எல்லாக் குடும்பங்களும் பலியாக்கப்படுகின்றன. அல்லது உழைப்பாளிகளிலிருந்து ஒதுக்கப் படுவர்கள் ஏற்க முடியாத குறைந்த வருமானத்தைப் பெற்று ஏற்றத் தாழ்விற்கு உதவுவார்கள். இங்குத்தான் எதிர்பாராத விதமாகப் பெரிய துன்பம் இருக்கிறது.

ஏற்றத்தாழ்விலிருந்து இரட்டைப் பிரச்சினையான வறுமைக்கு நமது எண்ணத்தைத் திருப்பி அதை நிலைப்படுத்தலாம். வறுமையும் ஏற்றத்தாழ்வும் ஒரே பொருளுடைய பிரச்சினைகள் அல்ல. ஒரு நாடு மிக ஏற்றத்தாழ்வுடையதாக இருக்கலாம். ஆனால், வறுமை இருக்காமலிருக்கலாம். இதுதான் எல்லா உலகங்களின் சிறந்த முறையாகும். (கலை, பண்பு, பலதரப்பட்ட வாழ்க்கையின் வசதிகளை எல்லாம் ஒரு சில செலவுக் குடும்பங்களைப் பெறுவதன் பக்க விளைவுகளாக இருக்கின்றன). ஒரு நாடு ஏற்றத்தாழ்வைப் பெற்றிருக்காது. ஆனால் ஏக வறுமையைப் பெற்றிருப்பது ஒரு வருத்தத்திற்குரிய தன்மையாகும். நடைமுறையில் இரண்டு நிலைமைகளும் சேர்ந்து நிகழ்கின்றன. இப்போதைய பொருளில் ஏழ்மை ஏற்றத்தாழ்வின் விளைவாகும். எப்படி இருந்தாலும், வறுமை, குறைந்த வருமானப் பங்கீட்டால் ஏற்படுகிறது. அவர்களின் நோக்குநிலையில் அவர்களுடைய வறுமையும் மொத்த வருமானத்தில் அவர்களின் மிகக்குறைவான பங்கும் ஒரே பொருள்களாகும். ஆக, அவை ஒரே காரணியிலிருந்து எழுகின்றன.

வறுமையை விளக்குவது எளிதன்று. ஒரு குடும்பத்தின் வருமானம் 1968 விலைகளின்[1] படி 3,500 டாலருக்கும் குறைவாக இருந்தால் அஃது ஏழ்மையானது என்பதுதான் பணிமனை சார்ந்த அமெரிக்க விளக்கமாகும். இக் குறிப்பிட்ட புள்ளிவிவரம் ஒரு குறைந்த போதிய குடும்பப்பட்டியலின் செலவை மதிப்பிடுவதன் மூலம் தருவிக்கப்பட்டது. இந்த எதேச்சையான பணியிடும் விளக்கம் ஒரு மிகப் பொதுவான வறுமையின் கருத்தின் ஒரு செயல்படுத்தலாகும். ஒரு குடும்பம் அதன் சமூகத்தின் பண்பார்ந்தது என்று கருதப்படும் உணவு அளவு, வீடு, ஆடைகள், மருத்துவக் கவனிப்பு, கல்வி முதலியவற்றைப் பெற முடியாவிட்டால், அக் குடும்பம் ஏழ்மையானதாகும். ஆகையால், வறுமை என்பது, ஒரு முழுமையுடைய கருத்தாகாது. அமெரிக்கத் தரத்தால் ஏழ்மையான ஒரு குடும்பம் இந்தியத் தரத்தால் ஏழ்மையாகாது. ஆனால், அது முழுக்க உறவுடைதாகாது. இந்தியர்களில் ஒரு பெரிய விகிதாச்சாரம் அவர்களின் தரத்தில், ஆனால் அமெரிக்கர்களின் தரத்தைக் காட்டிலும் ஏழ்மையான, அல்லது அமெரிக்காவில் ஏழை விகிதாச்சாரம் சமநிலையாய்க் குறைந்துகொண்டு வருகிறது. அஃதாவது 1959-ல் 22 சதவீதத்திலிருந்து தற்போது 12—13 சதவீதமாக மாறியிருக்கிறது. முழுமையான ஏழ்மை முழுக்க நீக்கப்படும்.

அமெரிக்க வறுமைக்கான காரணத்தை அட்டவணை 9—6 தெரிவிக்கிறது. அஃது ஏழைகளைப்பற்றிய கிடைக்கும் விவரங்களிலிருந்து கிடைத்த ஒரு தேர்வாகும். அமெரிக்கக் குடும்பங்களில்[2] 15 சதவீதம் 1968-ல் ஏழைகள். அவர்களில் மூன்றில் இரு மடங்கில் அந்த ஆண்டில் தலைவர் முழுநேர வேலையை எந்த ஒரு நேரத்திலும் பெற்றிருக்கவில்லை. இதுதான் மிகவும் வரலாற்றுச் சார்பான ஏழ்மையாகும். ஏனென்றால், குறைந்த கூலி அன்று; ஆனால் கூலியே கிடையாது. மற்ற விவரம் இதை ஒளிப்படுத்த உதவுகிறது, ஏழை வீடுகளில் 39 சதவீதம் தலைவர் பணியாற்ற முடியாத வயதுடையவராக இருந்தார். 53 சதவீதத்தில் தலைவர் பெண்ணாக[3] இருந்தார். இவ்வுருவங்களில் இரட்டிப்பானவற்றை நீக்கினால் ஏழை வீடுகளில் 69 சதவீதம் சாதாரணப் பணியாற்றக்கூடிய வயதையுடைய ஓர்

1 ஒரு நகரம் அல்லது மாநகரத்தில் வாழும் 4 நபர்களைக் கொண்ட குடும்பத்தின் ஏழ்மை அதுதான். நான்கிற்கு மேற்பட்ட ஒவ்வொரு நபருக்கும் 500 டாலரைச் சேர். கிராமக் குடும்பங்களுக்கும பற்ற குடும்பக் குணாதிசயங்களுக்கும் அனுமதிக்க மேலும சரிப்படுத்தல்கள் வேண்டியுள்ளன.

2 ஒரு வீடு என்பது, ஒரு குடும்பம் அல்லது ஓரே ஒரு குடியிருப்பு அறை.

3 பொது நமது நடைமுறைத் திட்டங்கள் ஆனால் தலைவர் அந்தக் குடும்பங்களை உருவாக்குகின்றன. சில வேளைகளில் போதிய வருவாயற்ற தந்தை குடும்பத்தை விட்டு விலகிச் சார்பான குழந்தைத் திட்டக் குடும்பங்களில் அல்லது அது போன்ற முறைகளில் தகுதி பெறலாம். நமது சட்டத்தில் இஃது ஒரு குறிப்பிடத்தக்க நல்ல சொந்த புரட்டாகும்.

ஆண் தலைவர் இல்லாத குடும்பங்கள் பல இருந்தன. ஆண் தலைவர் இல்லாமலிருப்பது ஆபத்தானதன்று. அப்படிப்பட்ட வீடுகளில் 31 சதவீதம் ஏழைகள். ஆனால், இது பணி வயதுடைய தந்தைகளின் வீடுகளிலுள்ள வறுமையின் நிகழ்ச்சியைக் காட்டிலும் நான்கு மடங்கிற்குமேல் இருந்தது.

இதுதான் மையமான பிரச்சினை. நாம் பார்த்த வருமானப் பங்கீட்டு முறை, அதன் கட்டிலமையாத நியாயமற்ற நோக்கங்களைப் பெற்றிருக்கிறது. ஆனால், பொருளாதாரத்தில் பங்குபெறும் மக்களின் முழுத் தடையைத் தவிர்க்கும் சமூகச் சீரமைப்பைப்போல் அவ்வளவு வறுமையை உண்டாக்காது. வறுமை ஒழிப்பிற்கான ஒரு திறமையாகத் தீட்டப்பட்ட போர் இம் மக்களின் பிரச்சினைகளைத் தாக்க கவனம் செலுத்தவேண்டும். நிச்சயமாக ஏழை வீடுகளில் மற்ற 31 சதவீதத்தைப் புறக்கணிக்கமுடியாது. ஆனால் முக்கியமான பிரச்சினை வயதின் அல்லது பாலின் காரணத்திற்காக முழுநேரப் பலமுடைய வேலையை அடைவதைப் பெற்றிருக்கவில்லை என்பதுதான்.

அட்டவணையின் கடைசிப் பாதி வெள்ளையரற்ற வீடுகளுக்கான ஒப்பிடக்கூடிய விவரத்தைக் காட்டுகிறது. அவர்களில் நடைபெறுவதைக்காட்டிலும் வறுமை இரண்டு மடங்கிற்குமேல் உள்ளது. ஆக, அவர்களின் எண்ணிக்கை எல்லா ஏழை வீடுகளின் ஒரு கால் பாகத்திற்கு அருகில் இருக்கிறது. வீட்டின் தலைவர் முழுநேர வேலையைப் பெற்றிருந்தால், ஒரு வெள்ளையர் வீட்டைக் காட்டிலும் ஏழ்மையாக இருக்க நேரிடாது. இருந்தாலும் மற்ற சூழ்நிலைகள் எல்லாம் அவர்களுக்குச் சாதகமாக இல்லை. வெள்ளையரல்லாத வீடுகளில் சுமார் ஏழில் மூன்றுபங்கு 65 வயதிற்குக் கீழுள்ள ஓர் ஆண் தலைவரைப் பெற்றிருக்கவில்லை.

குறிக்கோள்களும் திருத்தல்களும்

வறுமையைப் பொறுத்தவரை சமூகக் குறிக்கோள்கள் தெளிவானவைதாம். அஃதாவது அவற்றை நீக்க வேண்டுமென்பதாகும். ஒரே ஓர் எண்ணம் என்னவென்றால், எடுக்கப்படும் வழிகள் மேலும் வறுமையை அதிகரிக்கக்கூடாது. பிரச்சினையின் இயல்பைக் கருதும்பொழுது இன்னும் அபாயம் இருக்கிறது. வயதானவர்களிடையே நிலவும் வறுமையை ஒழிக்கும் நேரிடையானமுறை நன்கொடைகளால் சமூகப் பாதுகாப்பிற்கு உதவுவதாகும் (வயதானவர், வாழ்பவர்கள், இயலாமைக் காப்பீடு). அப்படிப்பட்ட நன்மைகள் தகுதியான குடும்பங்களை வறுமைக் கோட்டிற்குக் கொண்டுவரும். பெண்களின் தலைமையிலான குடும்பங்களின் வருமானங்களைச் சுலபமாக

உறுதிப்படுத்துவது அவ்வளவு எளிதன்று. ஏனென்றால், ஆண் தலைமை இல்லாத ஒரு நிலைமையை ஏற்படுத்தித் தகுதியுடையதாகச் செய்தால் விரும்பத்தகாத சமூக விளைவுகளை ஏற்படுத்தலாம்.

போதிய குறைந்த வருமானத்தை எல்லாக் குடும்பங்களுக்கும் கொடுக்கும் பலமுறைகளில் ஒன்றால், ஒரேயடியாகக் கார்டியன் முடிச்சை (Gordian knot) வெட்டிவிடலாம். இம் முறைகளில் மிகவும் சுலபமானது எதிர்வருமான வரியாகும். அப்படிப்பட்ட எல்லாத் திட்டங்களும் சுயத்தேவை முயற்சியைத் தீர்மானிப்பதற்குப் பதிலாகப் பொது நிதியைச் சார்ந்திருப்பதை ஊக்குவிக்கும் எதிர்ப்புச் சிக்கலை

அட்டவணை 9—6

தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட குடும்ப அமைப்புக் குணதிசயங்களின் வறுமையின் நிகழ்வு, 1968

குடும்ப அமைப்பின் வகை	ஏழைகளின் சதவீதம்	ஏழைக் குடும்பத்தினர் சதவீதம்
எல்லாக் குடும்பங்களும்	15	100
தலைவரின் வேலை		
சில முழுநேர வேலை	7	32
முழுநேர வேலை இல்லை	40	68
தலைவரின் வயது		
65உம் அதற்கு மேலும்	31	39
65க்குக் குறைவு	11	61
தலைவரின் பால்		
ஆண்	9	47
பெண்	36	53
வெள்ளையரற்ற தலைவரையுடைய குடும்பத்தினர்	33	24
தலைவரின் வேலை		
சில முழுநேர வேலை	7	10
முழுநேர வேலை இல்லை	64	14
தலைவரின் வயது		
65க்கு மேல்	53	6
65க்குக் குறைவான	29	18
தலைவரின் பால்		
ஆண்	22	11
பெண்	54	13

உண்டுபண்ணும். உலகத்தில் சில சோம்பேறிகள் இருக்கிருர்கள் என்பதை மறுக்கமுடியாது. சில மகிழ்ச்சியற்ற, குறைவான ஊதியப் பணிகளுக்கான ஒரு வருமான உறுதியைச் சார்ந்திருக்க விரும்பும்படியான சோம்பேறியாக இருக்க வேண்டியதில்லை. ஆய்வு செய்யப் பட்ட சில சோதனைகள் வேலை நடத்தைகளில் வருமான உறுதிகளில் ஒரு குறிப்பிடத்தக்க விளைவைக் காட்டவில்லை. இச் சோதனைகளில் ஏதும் ஒரு முடிவானதாக இல்லை. ஆனால் மிகவும் மோசமான காரணத்தை ஊகிக்க வேண்டிய அவசியமில்லை. பிரச்சினை மிகவும் கூர்மையானதாக இருப்பதால் அதைத் தீர்க்கும் வழிக்காகச் சில ஆபத்தை ஏற்பது அவசியம்.

வருமான ஏற்றத்தாழ்வைப்பற்றிய சரியான சமூகக் குறிக்கோள்கள் எப்படிப் பார்த்தாலும் தெளிவாக இல்லை. வருமானப் பகுப்பைப்போல் தீர்மானமான, கசப்பூட்டும் அல்லது தீர்க்கமுடியாத பொருளாதாரப் பிரச்சினை இல்லை என்று முந்திய அதிகாரங்களில் பார்த்தோம். அஃது அப்படித்தான். ஏனென்ருல், அஃது ஒவ்வொரு மனிதனும் சமூகத்திலிருந்து பெறுவதைக் காட்டிலும் இப் பிரச்சினை குறைந்ததாக இல்லை.

பல ஆண்டுகளாக நியாயமான வருமானப் பங்கீட்டிற்கான வினவிற்கு விடைவைத்துள்ளதாகப் பொருளியல் அறிஞர்கள் எண்ணினர்கள். இப் பிரச்சினைக்கான பொருளாதாரத் தீர்வு முடிவை ஆராய்ந்து, அதை ஏன் ஏற்றுக்கொள்ளக் கூடாது என்று பார்ப்போம். பொருளாதார நடவடிக்கையின் நோக்கம் சமூகத்தில் மொத்த திருப்தி அளவை உச்சப்படுத்துவதாகும் என்றும், இந்த நோக்கத்தை மனத்தில் வைத்து வருமானம் பங்கிடப்படவேண்டு மென்றும் அது கூறுகிறது. மேலும், மகிழ்ச்சியின் அளவு அல்லது தனி நபர்களால் அனுபவிக்கப்படும் திருப்தி (அஃதாவது 'பயன்பாடு'), அவனது வருமானத்தைச் சார்ந்துள்ளது. அந்த வருமானம் அடிப்படை நோக்கத்தை மனத்தில் வைத்துப் பிரித்தளிக்கப்பட வேண்டும்.

அந்த நோக்கத்துடன் இரு தனிநபர்களைக் கருதுவோம். வறுமைக் கோட்டிற்குக்கீழ் 2,500 டாலர் வருமானத்தையுடைய Aஐயும் அதற்கு மேல் உள்ள 52,000 டாலர் வருமானத்தையுடைய Bஐயும் பார். Bஆல் இழக்கப்பட்ட 50 டாலரை A பெறுகிருர். அல்லது Bஐ 50 டாலர் வரி விதித்து Aக்குக் கொடுத்தால் மொத்த மகிழ்ச்சியின்மேல் விளைவு என்னவாக இருக்கும்? தெளிவாக மொத்த மகிழ்ச்சி அதிகரிக்கும். பண இழப்பை B கவனிக்கவே மாட்டார். அதே நேரத்தில் A அவருக்கு மிகவும் முக்கியமான ஒன்றை வாங்கமுடியும்.

இதிலிருந்து, வருமானம் சமமற்றதாக இருந்தால், பணக்காரரிடமிருந்து ஏழைக்கு மாற்றப்படும் வருமானம் மொத்த மகிழ்ச்சியை அதிகரிக்கும். முழுச்சமத்துவம் என்பது, மொத்த மகிழ்ச்சியை முடிந்த அளவு அதிகமாக உண்டாக்கும் ஒரு பங்கீடாகும். இதுதான் பொருளியல் அறிஞரின் விடை. வளர்வீத வருமான வரி ஏற்றுக் கொள்ளும் துல்லிய விவாதம் இதுதான். ஆனால், தர்க்கமுறைத் தீர்மானத்தைப் பின்பற்றாமல், மிகவும் சொற்புரட்டான நுட்பமான மொழிபெயர்ப்பு நிலவுகிறது. ஆனால், அவை யாவும் அதே முன் கூறப்பட்டவற்றையும் தத்துவங்களையும் சார்ந்துள்ளன.

இவ் விவாதத்திற்கான எதிர்ப்பு விவரப்பட்டியல் நீளமாகவும் நம்பத்தக்கதாகவும் இருக்கிறது. அவ்விவாதம் உச்சப்படுத்த வேண்டிய 'மொத்த மகிழ்ச்சி' யின் கருத்தில் நிலையாகிறது. ஆனால், இஃது ஓர் அறிவற்ற கருத்தாகும். ஒரு கூடுதலான 50 டாலர் Aயின் மகிழ்ச்சியில் Bஐக் காட்டிலும் அதிக வேறுபாட்டை ஏற்படுத்தும் என்று ஊகிக்கிறது. அதற்கு ஆதரவு[1] அளிக்க முடியாது. இப் பிரச்சினையைத் தவறுதலாகப் புரிந்து கொள்கிறது என்பதுதான் இதன் குறைபாடு என்பது எனது எண்ணம். ஒரு வெகுமதியை அல்லது போனஸைப் பிரிப்பதற்கான ஒரு வழிகாட்டியைப்போல் எல்லா நடைமுறை நோக்கத்திற்கும் இந்தச் சமத்துவ வாய்பாடு தகுதியுள்ளதாக இருக்கிறது. மக்களில் ஏழை நபர்களால் கொடுக்கப்படும் எந்த ஒரு வெகுமதியும் மெச்சத்தக்கதாக இருக்கும். ஆனால், வருமானப் பங்கீட்டில் உண்மையான பிரச்சினை, சமூகம் இணைந்து உற்பத்தி செய்யப்படும் எந்த வருமானத்திலும் எப்படி ஒவ்வொரு நபரும் பங்கு கொள்ளுகிறார் என்பதைத் தீர்மானிக்கும் ஒரு தொடர்ச்சியான சமூக விதியின் தழுவலாக அஃது இருக்கிறது. மொத்த மகிழ்ச்சியைச் சமப் பங்கீட்டு விதி உச்சப்படுத்தாது என்று கூறுவது சுலபமானது (அப்படியொன்று இருக்கிறதென்று ஊகித்தால்). அவர்களின் வருமானத்தின் பகுதியைத் தானாகவே மாற்ற சமூகத்தின் நபர்களை அனுமதிக்கும்படியாக அதைத் திருத்தி அமைக்கவேண்டும். பின்னர், மிகவும் பேராசை நபர்கள் செய்யும் பணிகளை அல்லது விற்கும் பொருள்களைத் தளர்ந்த நபர்கள் வாங்குவார்கள். அப்படிப்பட்ட வாங்கல், விற்றல் முதலிய செயல் இரு கூட்டத்தினரின் மகிழ்ச்சியை அதிகரிக்கும். அதனால் வருமானங்கள் சமமாக இருக்கச் சாத்தியமில்லை, ஆக மொத்த மகிழ்ச்சி, எல்லா வருமானங்களும் சமமாக இருக்கவேண்டுமென்று வற்புறுத்தாமல் அதிகரிக்கப்படலாம்.

[1] நமது ஆரம்ப எடுத்துக்காட்டில் ஏழை A முயற்சியற்றவராகவும் நலமுடைய B மருத்துவ, மற்ற பிரச்சனைகளால் பலமாகத் தாக்கப்படுபவராகவும் இருக்கலாம்.

வருமானங்களில் கண்டிப்பான சமத்துவம் மொத்த மகிழ்ச்சியை முடிந்த அளவு அதிகமாக ஆக்காது. அவற்றுக்கு இயல்பான முறையில் ஒவ்வொரு மனிதனையும் மகிழ்ச்சிப்படுத்தும் வருமானத் தொகுப்பையும் பொருளாதார முயற்சியையும், மொத்த வருமானங்களை உற்பத்திசெய்யும் பொருளாதார முயற்சியை அளித்துக்கொண்டிருக்கும் வழியைக் கூறும் அறிவுள்ள ஒரு பொருளியல் அறிஞர் இருந்தால், இந்தக்குறிக்கோள் அடையப்படும். அப்படிப்பட்ட பொருளியல் அறிஞர் இருக்கமுடியாது. ஆனால், அப்படிபட்ட பொருளியல் அறிஞர் அவ்வாறு செய்ய வேண்டுமென்பது நியாயமானதாக இருக்கிறது. ஒவ்வொரு தனி நபருக்கும் அவரது இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறனை, நமது பழைய நண்பருக்கானவற்றை அவரது முயற்சிக்கேற்றவாறு கொடுக்கும் படியாக அவர் ஏற்பாடு செய்யவேண்டும். இதைப் பார்ப்பதற்கு, A அவர்களுக்கு அவரது இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறனில் பாதிக்குச் சமமானதை ஆரம்பத்தில் கொடுப்பதாக வைத்துக்கொள்வோம். ஒரு மட்டத்தை அடைந்து விட்டால், அதற்குப் பின்னர் மேற்கொண்டு செய்யும் வேலைக்குக் கிடைக்கும் ஊதியம் வசதியின்மைக்கும் அதிகமாய்ப் பணி செய்வதற்கும் சமமாக இருக்குமென்றால் அவர் மேலும் உழைக்கமாட்டார்.

இப்போது அவரது வெகுமதியின் விகிதம் அவரது இறுதிநிலை உற்பத்தியில் 70 சதவீதத்திற்கு அதிகரித்து விட்டதாக வைத்துக் கொள்வோம். அதன் பின்னர், மிகவும் கவனமாகவும் அதிகமாகவும் அவர் உழைக்கலாம். இக் கூடுதலான பணியின் விளைவில் 70 சதவீதமாக அவரது வருமானம் அதிகரிக்கும். ஆகையால் முன்னரைப்போல் நன்மையுடையவராய் இருப்பார். மேலும் அவரது கூடுதலான வெளிப்பாட்டின் 30 சதவீதம் மற்ற ஒருவரின் வருமானத்தை அதிகரிக்கக் கிடைக்கும். மொத்தத்தில் மகிழ்ச்சி அதிகரிக்கப்படும். அப்படிப்பட்ட அதிகரிப்பு, ஒருவரின் இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறனுக்கேற்ப அளிக்கப்படாத வரைக்கும் சாத்தியமாக இருக்கும்.

ஒவ்வொரு தனி நபரும் ஒரு கொடுக்கப்பட்ட வெகுமதி அல்லது மற்ற தூண்டுகோலுக்கேற்ப எவ்வளவு உழைக்க விரும்புகிறார் என்பதைத் தேர்ந்தெடுக்கவேண்டும் என்று இந்த விவாதம் ஊகிக்கிறது. அப்படிப்பட்ட சுதந்திரம் மகிழ்ச்சியை உச்சப்படுத்த அவசியமானது என்று ஏற்கெனவே பார்த்தோம். உண்மையான உலகில் அது நிலவுகிறது. ஆனால் தேர்வுக்கான சந்தர்ப்பத்தை அளவிட முடியாது. கடமையிலிருந்து விலகி இருத்தல், கள்ளச் சாராயம் காய்ச்சல், சுயநல மிக்க நேரம், உயர் திறமையைப் பெறுவது, மிகத் தேவை

யுள்ள பணிகளை ஏற்றுக்கொள்வது, தகவு உடைப்பு, பிரிவு[1]மான முறைகள்மூலம் நடைமுறையில் பணியாளர்கள் இச் சுதந்திரத்தைப் பயன்படுத்துகிறார்கள். இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறனுக்கேற்ற ஊதியச் செலுத்தல், அவர்களுடைய கூடுதலான உழைப்பை நியாயப்படுத்தும் சமூகப் பலனிலான விகித அளவுக்குப் பணியாளர்களுக்குச் செயல் நோக்கைக் கற்பிக்கிறது.

இப் புலனுணர்வு ஓர் அபாயத் துன்பத்திற்கு நேராக நடத்திச் செல்லுகிறது. வருமான வரிகளும், குறிப்பாக வளர்வீத வருமான வரிகளும் பொதுப் பொருள்களின் அளிப்பிற்கும் சமூக நியாயத்துடன் கூடியதற்கேற்ற வருமானப் பங்கீட்டைச் சரிப்படுத்துவதற்கான வற்றிற்கு ஒரு முக்கியமான முறையாகும். ஆனால், அவரது இறுதி நிலைப் பொருளைக் காட்டிலும் முயற்சி குறைவாக இருப்பதற்கான பணியாளரின் பின் வரி வெகுமதியை உண்டாக்குவதன்மூலம், நாம் இப்போது கண்டுபிடித்த கட்டளையை அவை மீறுகின்றன. அப்படிப் பட்ட வரிகள் நாட்டு உற்பத்தியைக் குறைத்துவிடும். ஆனால், நாட்டு மகிழ்ச்சி குறையாது. அதற்குக் காரணம் வாய்ப்பின் ஏற்றத்தாழ்வாகும். அது பணியாளர்களை அவர்களின் இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறன்களுக்கேற்ப கொடுக்கப்படுவதிலிருந்து தடுக்கிறது. இச் சூழ்நிலையில் இரண்டாவது தவறு சமூகத்தின் இழந்த நபர்களின் முயற்சியால் வருமானத்தை அதிகரிக்க முடியாதவர்களுக்கு வருமானத்தை மாற்றுவதன்மூலம் முதலாவதைக் காலிபண்ண உதவுகிறது. பாதிக்கப் படாத சமூக நபர்களின்மேல் மொத்த வரிகளை விதித்து வருமானத்தை மாற்றுவது மிகவும் திறமையான செயலாக இருக்கும். ஆனால் இப்படிச் செய்ய ஒரு நடைமுறையான வழி கிடையாது.

இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறனுக்கேற்ப சுமாரான செலுத்தலுக்கானவற்றைப்பற்றிக் கருதல்கள் விவாதிக்கின்றன. ஆனால் வருமானத்தையும் பொருளாதார முயற்சியையும் பங்கிடக்கூடிய சிறந்த முறைக்கு அவை அதிகமாக ஒன்றும் கூறவில்லை. பொருளியல் அறிஞர்கள் மற்றவர்களைப்போல் இதைப்பற்றிய சிந்தனைகளைப் பெற்றுள்ளார்கள். ஆனால் ஒரு செயல் தீர்ப்பை அளிப்பதற்கு ஒன்றும் பெற்றிருக்கவில்லை. அதனால் அவர்களின் சிந்தனையை இங்குக் கற்கவேண்டிய அவசியம் இல்லை.

[1] 'தகவு உடைப்பு' (**rate busting**) துண்டு அளவைகளால் அல்லது மற்ற தூண்டுகோல் முறையால பணியாளர்களுக்குச் செலுத்தப்படும் தொழில்களில் அது நிகழ்கிறது. ஒரு தகவு உடைப்பவர் சராசரியைக் காட்டிலும் அதிகமாய் உற்பத்தியை ஒரு மணிக்கு உண்டாக்குபவர். அப்படியாக அவரது வருமானத்தை உயர்த்துகிறார். ஆனால், ஊதிய அளவில் ஒரு கீழ்நோக்க மாற்றச் சாத்தியத்தை உயர்த்தும்.

சுருக்கம்

தனிப்பட்ட வருமானப் பங்கீடு தனிப்பட்டவர்களின் விகிதாச்சாரங்கள் அல்லது கொடுக்கப்பட்ட அணிகளில் வருமானங்களுடன் கூடிய குடும்ப நபர்களேயும் காட்டுகிறது. ஆனுல் உள்காரணங்களுக்கு அல்லது சக்திகளுக்குள் ஓர் உள்நோக்கை அஃது அளிக்கவி ஃல. வருமானச் செயற்பாடு பங்கீடு சில உள்நோக்கங்களே அளிக்கிறது, ஒரு சமூக வருமானத்தின் விகிதாச்சாரத்தை அது காட்டுகிறது. அஃதாவது ஆக்கக் காரணிகளின் பல விரிவான வகைகளால் ஈட்டப்பட்டனவாகும். எல்லா வருமானங்களிலும் கூலிகள் சுமார் மூன்றில் இரண்டு பங்காகும். மற்ற பெரிய இனங்கள் முதலாளியின் வருமானம், பிரிவுகள், வட்டி, வாடகைகள் ஆகியன. இடமாற்ற ஊதியங்கள்—அஃதாவது சமூகப் பாதுகாப்பு நன்மைகள், நல ஊதியங்கள் முதலியன பெருவாரியாக முக்கியமான இனங்களாகும்.

தனிப்பட்ட வருமானப் பங்கீட்டின் ஏற்றத்தாழ்வின் அளவு, லாரென்சு வளைகோட்டால் சிறப்பாகக் காட்டப்படுகிறது. அஃதாவது அந்த வரைபடம் வருமானத்தைப் பெறுபவர்களின் குறைந்த X சதவீதத்தைப் பெறும் மொத்த வருமான விகிதாச்சாரத்தை எடுத்துக் காட்டுகிறது.

ஒரு சுப சந்தைப் பொருளாதாரத்தில் வருமானப் பங்கீடு என்பது அதன் உற்பத்தி இயல்களின் ஒரு பக்க விளைவாகும். ஒவ்வொரு நபரும் அவர் உடைமையாகப் பெற்றிருக்கும் உற்பத்திக் காரணியின் பணிகளின் மதிப்புக்குத் தக்கவாறு வருமானத்தைப் பெறுகிறுர். இப் பணிகளின் மதிப்புகள் வழக்கமான அளிப்பு, தேவைத் தத்துவங்களால் தீர்மானிக்கடபடுகின்றன. ஒரு விலையிலிருந்து ஏற்படும் ஒரு காரணிக்கான தேவை வளைகோட்டில் கொடுக்கப்பட்ட அளவு வேண்டப்படும் என்பது, அந்த அளவைப் பயன்படுத்தப்படும்பொழுது அதன் இறுதிநிலை உற்பத்திக்குச் சமமாக இருக்கும். அம் மதிப்பு அக் காரணியைப் பயன்படுத்தும் எல்லாத் தொழிலிலும் ஒரே மாதிரி இருக்கும். மற்ற கருதல்களிலிருந்து ஆக்கக் காரணிகளுக்கான அளிப்பு வளைகோடு உண்டாகிறது. ஒரு கூலிக்கு அளிக்கப்படும் உழைப்பு அளவின் வகை, சமூகச் சார்பான, உளச் சார்பான காரணிகளால் குறிப்பாகத் தொழில் பெயர்ச்சியின் தடுத்தல்களால் கவரப்படுகிறது. நிலம், மற்ற திரும்பச் செய்யமுடியாத வளங்களின் அளிப்புகள் நிச்சயிக்கப்பட்டுள்ளன. விளக்கப்படி நிதிமுதலின் அளிப்பு வருமானம் ஈட்டுபவர்கள் அவர்களின் நுகர்ச்சியைக் குறைக்கும் விருப்பத்தால் தீர்மானிக்கப்படுகிறது. அதோடு பல வட்டி வீதங்கள், லாபங்களை உண்டாக்கப் பல தரப்பட்ட வாய்ப்புகள் ஆகியவற்றின் தூண்டுதல்களால் பணத்தைப் பிரித்தலும் சேர்ந்து தீர்மானிக்கிறது.

வறுமை என்பது செயல்நோக்கிற்கு, சமூகத்தின் தரத்தால் தீர்மானிக்கப்படுவதைப்போல் தரமான, சுகமான வாழ்க்கையை நடத்தப் போதாத வருமானத்தைச் சார்ந்திருப்பது என்று விளக்கப் பட்டுள்ளது. நான்கு நபர்களைக்கொண்ட ஒரு குடும்பத்திற்கு வறுமை அளவு சுமார் 3,900 டாலர் ஆகும். அமெரிக்காவில் வறுமையின் பெரியதொரு காரணத்தைப்பற்றி இருள்நிலை அங்குக் கிடையாது. பத்தில் சுமார் ஏழு ஏழைக் குடும்பங்கள் ஒரு வயதுவந்த கூலி ஈட்டுபவரைப் பெற்றிருக்கவில்லை. அப்படிப்பட்ட நிலைமை வெள்ளையர்க் குடும்பத்தினரைவிட அதிகமாக வெள்ளையரல்லாத குடும்பங்களில் நிலவுகிறது.

அஃது ஒரு சமூகப் பிரச்சினையாக இருப்பதால், இரண்டும் தெளிவாக இணைக்கப்பட்டிருந்தாலும் வறுமையிலிருந்து ஏற்றத்தாழ்வு வேறு படுத்த முடியாததாக இருக்கிறது. நமது நடப்பு வருமானப் பங்கீடு 'சீர்மையற்றதாக' இருக்கிறது என்று கொடுக்கப்பட்டு, ஏற்றத்தாழ்வின் சீர்மை அளவு எவ்வளவு இருக்கவேண்டும் என்ற ஒப்பந்தத்திற்கான ஓர் அடிப்படை இல்லை என்பது தெளிவாகிறது. மிகப் பொதுவான கருத்து முழுச்சமத்துவம் என்பதாகும். ஆனால், அஃது தவறுதலான தாகவும் நடைமுறைக்கு ஒவ்வாதது எனவும் சுலபமாகத் தெரிந்து கொள்ளலாம்.

பிற்சேர்க்கை

நீ ஏதாவது நூல் எழுதியிருந்தால், அதுவாக வளரும் தன்மை யுடையது என்றும், நினைத்தபடியே முடியும் என்பது அபூர்வ மானது என்றும் நீ தெரிந்துகொள்வாய். நமது பொருளாதாரம் செயல் படுவதைத் தெளிவாகவும் உணர்ச்சி வசப்படாமலும் எடுத்துரைக்க இந்த நூல் எண்ணியது. ஆனால், ஆரம்பித்துத் தொடரும்பொழுது, குறிப்பாக இறுதி அதிகாரங்களில் மதிப்பீட்டுக் கருத்துரை மேலும் மேலும் வற்புறுத்தல் ஏற்பட்டது. அச்சத்தால் அவை தூண்டப் பட்டன. நமது மெதுவான பொருளாதார இயந்திரந்தை அறியும் குறைபாடுடைய அச்சத்தால் மதிப்புடையவற்றை நாம் இழப்போம். தகுதியற்ற முயற்சிகளால் தவறுனதைச் சரிப்படுத்தவேண்டும்.

திட்டமிடப்படாத, துன்பமானதாக, மெதுவாகச் சுழலும் நுட்பமான பொருளாதார இயந்திரத்தையும் ஒரு மிகவும் உணர்ச்சி வாய்ந்த பொருளாதாரத்தையும் மரபுரிமையாகப் பெற்றுள்ளோம் என்பதுதான் இந்த நூலின் முக்கிய நெறியாக இருக்கிறது. விரும்பிய திசைகளில் இச் சுழற்சியைப் பலப்படுத்தலாம். அல்லது பணி களுக்குள் சில கெடுதலைச் செய்யலாம். இவ் வியந்திரத்தை நல்ல முறையில் புரிந்து கொண்டால் அதைச் சேதப்படுத்த மாட்டோம்.

அஃது ஒரு சிறப்பு நோக்க இயந்திரம். அது பொருள்களையும் பணிகளையும் உற்பத்தி செய்து நல்ல முறையில் பணியாற்றுகிறது. அது மகிழ்ச்சியை அல்லது சமூக நியாயத்தை உற்பத்தி செய்யாது. அதற்காகவும் இல்லை. அதற்குப் பண்புகள், சமயங்கள், கல்வி முறைகள் அரசுகள் முதலிய மற்ற இயந்திரங்கள் தேவை. பொரு ளாதாரத்தை என்ன கேட்கலாம் என்றால், மற்ற சமூகச் செயல் களைப் பாதிக்காமல் 'பருப்பொருள் அடி உயிர்த்தளத்தை' (Material-substratum) உற்பத்தி செய்ய வேண்டுமென்பதாகும்.

நமது பொருளாதாரமுறை அந்தப் பருப்பொருள் அடி உயிர்த் தளத்தை உற்பத்தி செய்கிறது. அஃது எவ்வளவு கடினமான பணி என்பதைக் காட்ட இந்த நூல் முயலுகிறது. இப் பிரச்சினையின் மையம் அதன் எண்ணற்ற தன்மைகளும் சிக்கல்களும் ஆகும். எந்த மூளையும் கணிப்பு இயந்திரமும் இதன் உள்புறத்தையும், வெளிப்புறத் தையும் தெரிந்துகொள்ள முடியாது. பல கோடிக்கணக்கான மக்களால் உண்டாக்கப்படும் கோடிக்கணக்கான தீர்மானங்கள் இருக்கவேண்டிய

றாக இருக்கிறது. இத் தீர்மானங்கள் நல்ல முறையில் தகவல் பெற்றதாயும் அறிவுறுத்தப்பட்டதாயும் இருக்கவேண்டும். அத்தனை மக்களுக்கு அந்தத் தகவலைத் தெரிவிக்கும் இப் பிரச்சினை மிகப் பெரிய தாக இருக்கிறது. பெருவாரியான போட்டிச் சந்தைகளிலிருந்து உருவாகும் அவ் விலைகள் இந்த இணைப்புச் செயலை, முழுமையாக இல்லாவிட்டாலும் குறிப்பிடத்தக்க நுட்பமுடனும் பொருளாதாரத் துடனும் செயலாற்றுகிறது. பொருளாதார இணைப்பிற்கு அடிப் படையாக இருக்கவேண்டிய விலைகளுக்கான எதிர்ச்செயலும் அந்த விலைகளுமான நமது ஆய்விலிருந்து அது தோன்றியது. முழுமையான தானே இயங்கும் விலைகளுக்கு முழுமையான தானே இயங்கும் செயல்களின் விளைவுகள் முழுமையான திருப்தியளிப்பனவாயில்லை. அவற்றைப் பல வகைகளில் திருத்தியமைக்கவேண்டும். ஆனால், அவை பொருளாதாரத் தீர்மானமெடுப்பிற்கு அடித்தளமாக இருக் கின்றன.

இருந்தாலும் சமூக வாழ்வின் பொருள் வள உயிர்த் தளத்தை உற்பத்தி செய்வது மட்டும் போதாது. மகிழ்ச்சியையும் சமூக நீதியையும் பொருளாதாரம் உற்பத்தி செய்ய முடியாவிட்டால், நிச்சய மாக அவற்றைத் தடுக்க அதை அனுமதிக்கக் கூடாது. உயர்ந்த முடிவுகளில் பொருளாதார நடவடிக்கையின் தாக்கல் ஒரு கடினமான பொருளாகும். உறுதியுடன் எவனுவது அதைப்பற்றிப் பேசினுல் உன்னையும் அவனையும் முட்டாளாக்கும் நிலையில் உள்ளான் என்ப தாகும். சிலவற்றை நம்பிக்கையுடன் கூறலாம். 'கருத்துப் பண்புடைய மேற்கட்டுமானத்'திற்கான (ideological superstructure) முக்கிய மான பொருளாதார உறவை வற்புறுத்தும்பொழுது மார்க்ஸ் உண்மை யாகச் சரியாகக் கூறுகிருர். அது முக்கியமானது. ஆனுல் அஃது எப்படிப் பணி செய்கிறது என்று எவருக்கும் தெரியாது.

ஒன்று மட்டும் தெளிவாக இருக்கிறது. சந்தைச் சார்புடைய பொருளாதாரம் குடியரசு அமைப்புகளுடன் சேர்ந்து வளர்ந்துள்ளது. ஒவ்வொரு மனிதனின் சுதந்திரத்தையும் மதிப்பையும் வற்புறுத்தும் சிந்தனை வழக்கங்களை அஃது உண்டாக்குகிறது. இஃது ஏன் என்று தெரியவில்லை. ஆனுல் ஒரு தற்செயல் உறவு இருக்கலாம் என்று தெரிகிறது. அதைப்பற்றி ஊகிக்கமாட்டேன். ஆகச் சந்தைச் சார் புடைய பொருளாதாரம் குடியரசு எண்ணங்களை நெரித்து விடாது.

ஒன்று மட்டும் தெளிவாக உள்ளது. சந்தைச் சார்புடைய பொரு ளாதாரம் பொருளாதாரச் சக்தியைப் பரப்பி அரசியல், மற்றமுறைச் சக்திகளிலிருந்து அதைப் பிரிக்கிறது. பரவுதல் சமமற்றதாக இருக்

கிறது. செல்வத்தின் மேலான கட்டுப்பாடு எப்படி ஒருமித்துள்ளது என்பதைக் கவனித்தோம். பிரிவினை முழுமையாக இல்லை. தனிப் பட்டவர்கள் அல்லது கார்ப்பரேசன்களிலுள்ள செல்வம் தவிர்க்க முடியாத அரசியல் சமூகச் செல்வாக்கை ஏற்படுத்துகிறது. ஆனால், பரவுதல் பெரியதாகவும் மற்ற தெரிந்த பொருளாதாரமுறை சாதிப்பதைக் காட்டிலும் பிரிவினை பலமானதாக இருக்கிறது. இந்த அளவுவரை தனிமனிதரை வலிமை அமைப்பிற்கு எதிராக அது பாதுகாக்கிறது.

குடியரசு அமைப்புகள் விலை மதிக்க முடியாததாக இருந்தால், அவற்றைப் பலப்படுத்திய பொருளாதார முறையும் அப்படித்தான். வெளிப்படையான அநியாயத்தின் முகப்பின் தன்னிறைவுக்கான காரணம் இதுவன்று. இருந்தாலும் எச்சரிக்கைக்கான காரணமாக இருக்கிறது. அப்படி நல்ல முறையில் பணி செய்ய முறையின் பணிச் சட்டத்திற்குள் திருத்துவதற்கான அவற்றைப் பார்க்கும் காரணமாகவும் இருக்கிறது.

[1] அப்படியிருந்தாலும் கால்பிரைத் (Galbraith) இதை மறுக்கிறார். J. K. கால்பிரைத்தின் 'புதிய தொழில் துறை அமைப்பு' என்பதைப்பார். (BOSTON : Houghton Mifflion Company, 1967).

SELECTED READINGS

The classic work on the price system is Alfred Marshall, *Principles of Economics*, 8th ed. (London : Macmillan, 1920). It is long and often dull but full of insight and always understandable. The most famous brief exposition, though somewhat old-fashioned by now, is Sir Hubert Henderson, *Supply and Demand* (Cambridge : Cambridge University Press, 1921 and later).* *The Theory of Price*, by George J. Stigler (New York : Macmillan, 1952), is a succinct, intermediate level treatment of the material covered in this monograph. So is Joe S. Bain, *Price Theory* (New York : Holt, 1952). Edwin Mansfield, *Microeconomics, Theory and Applications* (New York : Norton, 1970) is a thoroughly up-to-date intermediate text that includes more complete and rigorous treatments of most of the topics in this book. It is clear and authoritative. Richard Leftwich, *The Price System and Resource Allocation* (New York: Holt, 1960) is somewhat easier and very popular. It covers the same material as the first six chapters of this text.

Chapters 3 and 4, on the theory of production and the behavior of firms, are influenced by Joel Dean, *Managerial Economics* (Englewood Cliffs, N.J: Prentice-Hall, 1951). Richard M. Cyert and James J. March, *A Behavioral Theory of the Firm* (Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, 1963) explores the anatomy of decision making in the firm and contains some instructive case studies. James R. Nelson, ed., *Marginal Cost Pricing in Practice* (Englewood Cliffs, N.J. Prentice-Hall, 1964) presents some very sophisticated applications of the principles of these chapters. William J. Baumol, *Economic Theory and Operations Analysis*, 2nd ed. (Englewood Cliffs, N.J : Prentice-Hall, 1965) Contains an exposition of maximization within the firm with emphasis on modern techniques as linear programming.

For Chapter 5, Ruby Turner Morris, *The Theory of Consumer's Demand* (New Haven: Yale University Press, 1941) is a

brief and detailed exposition of the theory of consumption. A modern and rigorous treatment is presented in Peter Newman, *The Theory of Exchange* (Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, 1965). The literary classic on this subject—and very enjoyable reading—is Thorstein Veblen. *The Theory of the Leisure Class* (New York : Macmillan, 1899, and many other editions).*

The most accessible additional reading adout market behavior, Chapter 6, is Richard Caves, *American Industry: Structure, Conduct, Performance*, 3rd ed.. in this Series. Two classics in the field are E. A. G. Robinson, *The Structure of Competitive Industry* (Cambridge: Cambridge University Press, 1931)* from an applied point of view, and E. H. Chamberlin, *The Theory of Monopolistic Competition* (Cambridge, Mass : Harvard University Press. from a theoritical view point. The structure of American Industry, edited by Walter Adams (New York : Macmillan, 1961),* presents a number of interesting case studies. Joe S. Bain (*Industrial Organization* (New Yark: Wiley, 1959) is a particularly well-informed and thorough text. The next empirical analysis of American industrial structure is probably Bain's *Barriers to New Competition* (Cambridge. Mass: Harvard University Press, 1956).

There are many important works on the purposes and achievements of the competitive price system. Adam Smith's *Wealth of Nations* (1776 and many later printings) is the greatest statement, but by no means the first. It is still very impressive reading. Most of the concepts discussed in Chapters 7 and 8 are covered in Baumol's *Economic Theory and Operations Analysis*, cited above. Some of the interesting conceptual issues are analyzed in Lionel Robbins, *An Essay on the Nature and Significance of Economic Science*, 2nd ed, (London: Macmillan, 1935) and the entire theory is expounded beautifully in Tjalling C. Koopman's, *Three Essays on the state of Economic Science* (New Yark: Mc Graw-Hill, 1957). Koopman's presentation is mathematical in spirit, but accessible. E.H. Phelps Brown, *The Framework of the Pricing System* (London: Chapman and Hall, 1936) presents the whole theory of price with emphasis on the general equilibrium system.

The towering classic on welfare economics is A. C. Pigou *The Economics of Welfare* (London : Macmillan, 1920). Reading it is a formidable task, but there is no real substitute. The best text is probably Tibor Scitovsky, *Welfare and Competition* (Chicago, Irwin, 1951). Abba P. Lerner, *The Economics of Control* (New York: Macmillan, 1946) is a more modern and terser treatment of the same theory. Charles J. Hitch and Roland N. McKean, *The Economics of Defense in the Nuclear Age* (Cambridge, Mass : Harvard University Press, 1960) is a fascinating application of the principles of economic allocation. Friedrich A. Von Hayek (ed.), *Collectivist Economic Planning* (London : Routledge, 1935) contains thoughtful, though hostile assessments of the possibilities of applying those principles in a socialist state.

The questions of inequality and poverty are, of course, the subjects of an enormous literature of widely varying quality, Probably the best place to begin is the readings in Edward C. Budd, ed., *Inequality and Poverty* (New York: Norton, 1967).* James E. Meade, *Efficiency, Equality and the Ownership of Property* (London: Ceorge Allen & Unwin, 1964) is a brief and stimulating essay on some of the causes of inequality and on its relationship to economic efficiency. But it would be impossible to even try to list the highlights of the vast outpouring, historical and current, on these topics.

* Indicates material available in paperback.

கலைச்சொற்கள்

A

Absenteesm — கடமையிலிருந்து விலகல்
Aggregative — சேர்ந்து திரளும் இயல்புடைய
Aggregative efficiency — சேர்ந்து திரளும் திறமை
Algebra — குறிக் கணக்கு.
Amortization — கடன் தீர் நிதிமூலமாகக் கடன் குறை
Analogy — ஒப்புறை
Appealing — கவர்ச்சியூட்டு
Approach — அணுகுதல்
Approximation — ஒத்திருத்தல், அணுகுதல்
Arbitary — மனப்போக்கான
Assertion — வற்புறுத்தல்
Assets — சொத்துகள்
Assumption — எடுகோள்
Avarice — பேராசை
Axis — செங்குத்து அச்சு

B

Bargain — பேரம் பேசு
Bituminous — நிலக்கீலார்ந்த
Blue collared workers — உடலுழைப்புத் தொழிலாளர்
Bonus — வெகுமதி
Book keeping — கணக்குப் பதிவியல்
Branded — தொழிற் குறியுடைய
By-products — பக்க விளைவுகள்

C

Capitalised	—	முதலீடாக்கப்பட்ட
Cement	—	சீமைக்காரை
Chart	—	விளக்க அட்டவணை
Cob web	—	சிலந்தி வலை
Complements	—	குறை நிரப்பிகள்
Complementary	—	நிறைவுசெய் பொருள்கள்
Concrete	—	உருவுடைய
Contemporary lapses	—	சமகாலப் பிறழ்வுகள்
Contemporary distribution of income	—	சமகால வருமானப் பங்கீடு
Coutour	—	உருவரை
Contraction	—	சுருங்குதல்
Contract curve	—	ஒப்பந்த வளைகோடு
Conventional	—	மரபொழுங்கு சார்ந்த
Convergence	—	கூடுகை
Cover	—	காப்பு
Crucial	—	கடுஞ் சோதனையான
Custodian	—	பாதுகாவலர், பொறுப்பாளர்

D

Data	—	செய்திக் குறிப்புகள்
Datum	—	ஒப்புக்கொள்ளப்பட்ட பகுதி
Deeds	—	சட்டமுறை
Decreasing cost	—	குறைந்துசெல் செலவு
Depreciation	—	தேய்மானம்
Diagonal line	—	மூலவிட்டக் கோடு
Diagram	—	கோட்டுப்படம்
Dimension	—	பரிமானம்
Disability line	—	இயலாமைக் காப்பீடு
Distribution of income	—	வருமானப் பங்கீடு
Disequilibrium	—	சமனறு நிலை
Drifter	—	முயற்சியற்றவர்
Dynamics	—	இயக்கவியல்

E

Economic of scale	—	பருமச் சிக்கனங்கள்
Elicit	—	தூண்டி வெளியிடச்செய்

Embodiment	—	பண்புருவம்
Empirical	—	அனுபவ
Enterprise	—	தொழில் துணிவு
Equity	—	நேர்மை
Equilibrium	—	சமநிலை
Evolution	—	விரிவுறுதல்
Exchange	—	நாணயமாற்று
Executive	—	செயல் நிறைவேற்றுபவர்
Expediments	—	தடுமுறைகள்
Externalities	—	புறக்கூறுகள்

F

Far and away	—	காலத்தால் மிகவும் முந்திய
Fashion	—	நடப்புவழக்கு, பாணி
Feather-bedding	—	மிகுசலுகை அளித்துக்கெடு
Filing clerk	—	கோத்திணைப்புக் கணக்கர்
Fixed costs	—	மாருச் செலவுகள்
Forgo	—	கைவிடு
Formula	—	வாய்பாடு, சூத்திரம்
Foundry	—	வார்ப்புக்கலை
Framework	—	பணிச்சட்டம், வரைச்சட்டம்

G

Gasolin	—	கல்லெண்ணெய்
Generate	—	தோற்றுவி, உருவாக்கு
Genesis	—	தோற்றம், மூலம்
Graph	—	வரைபடம்
Gyrate	—	விரைவாகச் சுழலு
Gypsum	—	கனிக்கல்

H

Harizontal axis	—	படுகிடை அச்சு
Hypothetical	—	கற்பிதமான

I

Identical	—	முழுதும் ஒத்த
Identify	—	இனம் அறி

Iffy — மயக்கத்தக்க
Imperceptibility — உணரமுடியாத, புலப்படாத
Impoverish — வறுமையாக்கு, ஏழ்மையாக்கு
Impact — தாக்கல்
Impediments — தடைகள்
Incentives — தூண்டுகோல்கள்
Increasing cost industry — வளர்ந்துசெல் செலவுத்தொழில்
Income effect — வருமான விளைவு
Indifference curve — சமநோக்குக் கோடுகள்
Inferior goods — கீழ்த்தரப் பொருள்கள், மட்டரகப் பண்டங்கள்
Inherent — உள்ளார்ந்த
Inherit — அடைதல்
Innovation — புதுமை
Insurance — காப்பீடு
Interests — அக்கறைகள்
Interact — ஒன்றின்மீதொன்று செயலாற்று
Input-output Analysis — உள்ளீடு வெளியீடு ஆய்வு
Intersection — வெட்டுதல்
Inventories — இருப்புகள்

J

Joint products — கூட்டு உற்பத்திப் பொருள்கள்
Joint supply — கூட்டு அளிப்பு
Joint demand — கூட்டுத்தேவை
Joint costs — கூட்டுச் செலவுகள்

L

Labour — உழைப்பு
Liquor — மது
Lobster — பெருங்கடல் நண்டுவகை
Longitude — நிரைகோடு
Ludditism — இயந்திர அழிப்புக் கிளர்ச்சி

M

March — இணையான
Machinery — இயந்திரம்
Manager — நிர்வாகி

Manufacturing centres — பொறி ஆள் தொழில் மையங்கள்
Margin — இறுதிநிலை
Material goods — பருப்பொருள்கள்
Modification — மாற்றியமை
Monopoly — முற்றுரிமை, சர்வாதீனம்
Monopolistic competition — முற்றுரிமைப் போட்டி
Moon-lighting — கள்ளச்சாராயம் காய்ச்சல்

N

Net result — நிகரப் பயன்முடிவு
Normal — இயல்பான
Normal profits — இயல்பான லாபங்கள்
No-rent land — வாரமில்லா நிலம்
Normal price — வழக்கமான விலை, இயல்பான விலை

O

Observation — காட்சிப் பிரமாணம்
Off-set — சரியீடு செய்
Oligopoly — சில்லோர் முற்றுரிமை
Opportunity costs — வாய்ப்புப் பெறுமானம்
Optimal — மிகவும் விரும்பத்தக்க
Orientation — ஆற்றுப்படுத்தும் பயிற்சி
Output — வெளிப்பாடு
Overhead cost — பொதுச்செலவு, அலுவலகச் செலவு
Over time — மிகைநேரம்

P

Pattern — தொரணி
Patent — உரிமைக்காப்பு
Perception — புலனுணர்வு
Point of view — நோக்குநிலை
Potential — வரக்கூடிய
Postulate — முற்கோள்
Premium — கட்டணம்
Privilege — தனிச்சலுகை

Processing — பக்குவப்படுத்தல்
Production-Possibility-frontier — ஆக்கச் சாத்திய எல்லை
Proprietary income — உடைமை உரிமைசார்ந்த வருமானம்
Prospective — வாய்ப்புகளை எதிர்நோக்கிய
Provision — முன்னேற்பாடு
Publicity — விளம்பரம்

R

Rayon — மரவிழைப் பட்டு
Raw mateials — கச்சாப் பொருள்கள்
Reaction — எதிர் விளைவு, எதிர்ச்செயல்
Receipts — பெறுகைகள்
Repeal — ரத்துச்செய்
Reputation — நற்பெயர்
Risk free capital — இடரற்ற முதல்
Risk premium — ஆபத்துக்கட்டணம்
Resources — வளப்பொருள்கள்
Return — விளைவு
Revoke — தள்ளுபடி செய்

S

Schedule — அட்டவணை
Shaft — சுரங்கச் செல்குழாய்
Shift — பணிமுறை மாற்று
Shift in demand — தேவைப் பிறழ்ச்சி
Shutdown — செயற்படாமல் நிறுத்து, வேலை நிறுத்து
Shortage — குறைபாடு, குறைவு
Sinking fund — கடன்கழிவு நிதி
Skepticism — ஐயுறவு மனப்பான்மை
Sensitive market — அடிக்கடி மாறுபடும் விலைக்களம்
Social implications — சமூகச் சிக்கல்கள்
Specialising — மேலும் ஆழ்ந்து செல்
Supersrtucture — மேற்கட்டுமானம்
Statics — நிலைமை இயல்
Standard — உயர்வு நயம்

Standardisation — தரப்படுத்தல்
Steepness — செங்குத்துச் சரிவு
Sophisticated — சொற்புரட்டான, வாதப் புரட்டான
Stocks — கூட்டுரிமைப் பங்குகள்
Strategic — போர்த்திரஞ் சார்ந்த
Subjective — அக
Substantiation — உறுதிப்படுத்தல்
Subsidy — உதவித் தொகை
Substitution,
Marginal rate of — இறுதிநிலைப் பதிலீட்டு வீதம்
substitution effect — பதிலீட்டுப்பயன்
Subtlety — நயநுணுக்கம்
Symmetry — செல்பொழுங்கு இருபுடை இயைவு
Supermarkets — கண்காணிப்பு அங்காடிகள்

T

Tally — சரிபார்
Tackle — சமாளி
Tangent — தொடுகோடு
Tariffs — சுங்க வரிகள்
Technical — தொழில் நுட்பமான
Theorem — தேற்றம்
Theory — கோட்பாடு
Terminology — பயனீட்டுச் சொற்றெகுதி
Titles — உரிமைகள்
Tools — கருவிகள்
Transfer payments — இடமாற்ற ஊதியம்
Transitory profits — கணத்தில் மறையும் லாட
Typical — குறிப்பிடத்தக்க

U

Uncertainty — நிலையின்மை
Unity — ஒற்றுமை, ஒருமை
Utility — பயன்பாடு

V

Variable cost	—	மாறுஞ்செலவு
Vested interests	—	உரிமைக் கும்பல்
Venture capital	—	துணிவு முதல்
Vertical axis	—	செங்குத்தான அச்சு
Volume	—	பருமன்
Vocabulary of Economics	—	பொருளியல் சொற்றொகுதி

W

Wage	—	கூலி
Waste land	—	தரிசு நிலம்
Welfare	—	நலம்
Wharfs	—	கப்பல்துறை மேடை
White-collared workers	—	உடலுழைப்பற்ற தொழிலாளிகள், மேஜையடித் தொழிலர்
Workman's compensation	—	வேலையாள் நட்ட ஈடு

